



واقع تويتر (Twitter)
في المكتبات الجامعية العربية
كخدمة من خدمات الإحاطة الجارية

دراسة تحليلية تقويمية مع طرح معايير الاستخدام

د. عصام محمد عبيد

قسم المكتبات والمعلومات - كلية الآداب جامعة أسيوط -
مصر

قسم دراسات المعلومات - جامعة الإمام محمد بن سعود -
السعودية

eibeed@aun.edu.eg





المستخلص:

تناولت الدراسة دور واقع استخدام موقع تويتر في اعلام جمهور المستفيدين من الانشطة والخدمات التي تقدمها المكتبات الجامعية العربية، على اعتبار ان خدمات الاحاطة الجارية للمعلومات ترتبط بشكل كبير على الاعلام باولا باول بمجريات الامور والاحداث المستمرة والمتلاحقة داخل مؤسسات المعلومات، ويعتبر موقع تويتر من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي تهدف إلى اعلام المتابعين له بالاحداث الجارية، وبالتالي يندرج من حيث المفهوم والوظيفة تحت مسمى خدمة من خدمات الاحاطة الجارية في المكتبات ومراكز المعلومات في اطار الاعلام الاجتماعي الجديد، كما سعت الدراسة إلى تقييم واقع المكتبات الجامعية العربية لاستخدام موقع تويتر والوقوف على تحليل المعلومات المستخدمة بها وتقويمها، والتعرف على طبيعة تلك الخدمات من جوانب متعددة، وآلية الاعلام والتدوين من الناحية الادارية والعلمية والمتابعة تجاه المكتبات المدروسة، مع عرض معايير مقترحة لاستخدام تويتر في مكتبات الجامعة بهدف تعزيز التواصل الالكتروني بين المؤسسات المعلوماتية والمستفيدين منها من منظور علمي يساهم بشكل او باخر في التعليم عن بعد وتبادل المعرفة والتقارب للاستفادة منها لخدمة الأهداف التعليمية والعلمية على حدا سواء.

واستخدمت الدراسة أسلوب تحليل المحتوى على اعتبار انه احد اساليب المنهج الوصفي للاجابة على تساؤلات الدراسة، للبحث في اتجاهات المكتبات الجامعية نحو آلية استخدام تويتر على ملاحقة التطورات الجارية لاعلام المستفيدين باستخدام الأشكال المتنوعة سواء كانت الإخطارات اليومية او النشرات الاعلامية او البث الانتقائي للمعلومات او التعريف بالبحوث الجارية او استنساخ قوائم محتويات الدرويات وغيرها من أشكال خدمات الاحاطة الجارية.

الكلمات الدالة: تويتر - الإحاطة الجارية للمعلومات - البث الانتقائي للمعلومات - خدمات المعلومات - الشبكات الاجتماعية - المكتبات الجامعية - المعايير

Abstract:

This study deals with the role of using Twitter to inform the users of the Arab university libraries, about the activities and services they provide.

Therefore, it aims to accomplish the following:

- Identify the contribution of Twitter (as a Social Media) in the enhancement of Current Awareness Service at the Arab University Libraries .
- Support positive attitudes towards the use of Twitter .
- Identify the extent of follow-up of the university libraries pages of Twitter as a means of the Current Awareness Services.
- Quantities and qualitative trends towards the use of university libraries on Twitter.

-Identify the administrative and functional aspects used in the university libraries under study to use Twitter in Current Awareness Services site.

- Introduce of the usage standards for Twitter in libraries.

To answer the questions of the study, Content analysis descriptive method was used.

Descriptors: *Twitter -Current Awareness Service -(SDI) Selective Dissemination of Information - Information Services - Social Networks - University Libraries - Alert Services - Standards.*

الاستشهاد المرجعي:

عبيد ، عصام محمد (٢٠١٤). واقع تويتر (Twitter) في المكتبات الجامعية العربية كخدمة من خدمات الإحاطة الجارية: دراسة تحليلية تقييمية مع طرق معايير الاستخدام / عصام محمد عبيد . - مجلة التعليم عن بعد والتعليم المفتوح - اتحاد الجامعات العربية، كلية الآداب . جامعة بني سويف . - مج ٣، ١ - ص ١٨١.



تمهيد:

تلاحقت التطورات بشكل غير مسبوق مع ظهور الشبكة العنكبوتية في العالم، حتى أصبحت تستخدم في كل القطاعات والمجالات سواء على المستوى الحكومي أو القطاع الخاص من شركات ومؤسسات وأفراد، وبالتالي ظهرت التنافسية التجارية والخدمية في صناعة وتركيب وصيانة البرمجيات والأجهزة والمعدات بناء على التقنيات التي تظهر يومياً لخدمة الناس لإيجاد طرق وأساليب علمية أكثر رفاهية وتقدم. وتوضح المؤشرات في العالم بأن استخدام الشبكة العنكبوتية في زيادة لدرجة تصل إلى أن شخص واحد من كل ثلاث أشخاص في العالم يستخدم الإنترنت ويوضح الشكل رقم (١) استخدام الانترنت في العالم حسب التقسيمات الجغرافية وفقاً لما نشر في موقع (Internet World Stats) المتخصص في الدراسات الإحصائية والتقارير الدولية لعالم الانترنت والتكنولوجيا حتى النصف الأول من عام ٢٠١٤.

ومع بداية الالفية الثالثة ظهر مفهوم جديد أطلق عليه الجيل الثانى لشبكة الانترنت أو ما يعرف بالويب ٢.٠ ، والذي تزامن مع تطور عدد من التقنيات الجديدة مثل الاجاكس وال فلاش وال سيلفر لايت وخلافه، وتعرف مواقع الويب ٢.٠ على أنها تلك المواقع التي تعتمد بالدرجة الأولى على مستخدميها وزوارها في تشغيلها واشهارها وتغذية محتواها دورياً وعلى مدار الساعة. وهذا هو الاختلاف الجوهرى بين مواقع الويب ٢.٠ ومواقع الويب ١.٠، فموقع مصنف كويب ٢.٠ ليست له فائدة بدون مشاركة مستخدميه في إثراء المحتوى بانفسهم^(١).

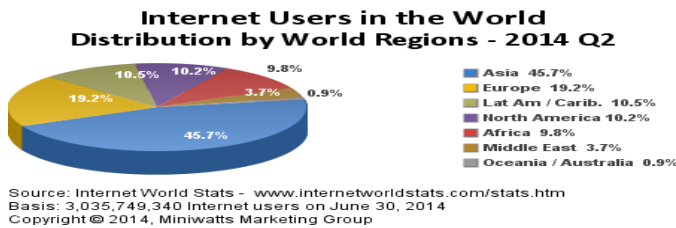
ومع ضرورة الانتقال إلى الجيل الثانى للويب ٢.٠ والمكتبة ٢.٠ والتواصل الوظيفي والمهني مع مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل يقدم خدمات المعلومات للمكتبات بصورة احترافية وفقاً لرؤية ورسالة وأهداف المكتبة والمؤسسة التي تتبعها، لتصبح خدمات المكتبات قادرة على تطوير وتحسين منتجها على أساس ثابت وسريع ويصبح المستفيد



هو المشارك والمساهم بالإبداع ومستشار لهذه الخدمات سواء كان المنتج افتراضياً أو مادياً.^(٢)

ونتيجة لما أسفرت عنه تقنيات الويب ٢,٠ ظهرت الشبكات الاجتماعية لتأتى معها العديد من الخدمات والتقنيات المرتبطة بها، ويستفيد منها كافة المؤسسات التجارية والخدمية والمعلوماتية، ومنها سهولة الوصول للمعلومات واتاحتها Access من قبل الأفراد المستخدمين لها، والتفاعلية Interactivity من حيث قدرة الفرد على المشاركة في إنتاج المحتوى وتنوعه واختيار توقيت النشر^(٣)، بالإضافة إلى سعة الانتشار وعدم إرتباطها بمنطقة جغرافية محددة، أي أنها تتخطى حواجز المكان الجغرافي وتوقيت الإتصال.

وتفاوتت تلك الخدمات التي اقترنت بمواقع التواصل الاجتماعي مع جمهور المستخدمين منها، حيث يحتل تويتر (Twitter) طبقاً للدراسات الحديثة على مستوى العالم المركز السابع عالمياً من بين المواقع الالكترونية الأكثر استخداماً، كما يحتل المركز الثانى عالمياً من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى بعد الفيس بوك مباشرة^(٤) نظراً لما يتمتع به موقع تويتر من مكانة متخصصة عن العديد من مواقع التواصل الاجتماعي فى نشر المعلومات بمنهجية الرسائل النصية القصيرة SMS ، بالإضافة إلى إعتباره عنصراً رئيسياً في متابعة الأحداث والمناسبات الجارية التي تحدث للأفراد أو المؤسسات وإعلام التابعين على صفحاته بكتابة تدوينه مصغرة تسمى تغريدة (Tweet) عن حالتهم أو أحداثهم وحياتهم وبحد أقصى وإجمالاً ١٤٠ حرف للرسالة الواحدة شاملة المسافات بين الأحرف.



شكل (١) إحصاءات استخدام الانترنت في العالم^(٥)

وبدأت فكرة ميلاد تويتر في ٢١ مارس لعام ٢٠٠٦ على أساس أنها شبكة معلومات^(٦)، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار فيما بعد على اعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة تحت اسم (تويتر) وذلك في ابريل ٢٠٠٧^(٧)، حتى وصل عدد مستخدمي موقع تويتر في نهاية ٢٠١٤ إلى أكثر من (٣١٠) مليون مستخدم^(٨) حول العالم، مع تفاوت استخداماتهم ما بين مُنتجين للمعلومات ويعتبروا مستخدمين نشطاء أو مستهلكين لتلك المعلومات أو ما يسمى إعادة التغريدات (Retweet) بمعنى آخر فإن معظم المعلومات المتداولة على تويتر يتم نشرها بواسطة أقلية من المستخدمين، في حين أن الأغلبية الباقية هم مجرد مستهلكين لتلك المعلومات فقط. فمواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيس بوك وتويتر ليست مجرد أدوات تتيح للمستخدمين نشر تعليقاتهم الشخصية ومشاركة الآخرين بها، ولكنها أصبحت لكثير من المستخدمين منصات لنشر الأخبار.^(٩)

ويهدف تويتر في المقام الأول إلى الإعلام الفوري عن أحداث أو أخبار ربما يستخدمها الأفراد أو المؤسسات في التنويه عنها فور حدوثها وإعلام جمهور المستفيدين أو المتابعين (Followers) وهذا ما يمكن أن يسمى في علم المكتبات والمعلومات بخدمات الإحاطة الجارية للمعلومات Current Awareness. وهذا ما توضحه تلك الدراسة من خلال دراسة واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم خدمة الإحاطة الجارية في المكتبات الجامعية العربية مع التركيز على موقع تويتر على اعتباره أقرب المواقع وأنسبها في تقديم تلك الخدمة بشكل أفضل وأسرع عن غيرها من المواقع الاجتماعية الأخرى، بدءاً بعرض موجز عن تويتر وعلاقته بخدمات الإحاطة الجارية مروراً بمشكلة الدراسة وأهميتها والتساؤلات والاهداف والمنهج المستخدم وصولاً إلى المعايير المقترحة لآلية استخدام موقع تويتر في المكتبات الجامعية.



أولاً: الإطار المنهجي

١/١ مشكلة الدراسة:

تساعد وسائل التواصل الاجتماعي المكتبات على إعادة رسم الأهداف والطموحات المستقبلية ذات العلاقة بالمستفيدين، لخلق آلية عمل جديدة للتفاعل معهم في سرعة وصول المعلومات اليهم أو الإحاطة بالأحداث والمصادر الجديدة أو الأنشطة التي تتطلب الرأي والمشورة وخدمات المعلومات التي يحتاجوا إليها في دعم الأبحاث العلمية من تلك المكتبات.

وقد لاحظ الباحث استخدام مكتبات الجامعات العربية لموقع تويتر دون أن تكون هناك دراسة علمية ترصد هذه الظاهرة، مما استدعى إجراء هذه الدراسة لرصد الواقع، مع محاولة تطويرها في المستقبل وفقاً للقواعد الإرشادية وبعض المعايير التي يتفق عليها أهل الاختصاص من خلال بعض الدراسات الأجنبية فيما يتعلق بطرق استخدام تويتر بالمكتبات الجامعية من خلال التوصيات والمقترحات للتطوير والتفاعل.

وعليه فتمثلت مشكلة الدراسة في ما يلي:

- عدم وجود معايير محددة مسبقاً ويُحتكم إليها المكتبيون لاستخدام المكتبات الجامعية موقع تويتر لتلبي احتياجات المستفيدين المستهدفين من تلك المكتبات.
- التفاوت في حجم المعلومات والبيانات التي تقدمها المكتبات الجامعية على موقع تويتر.
- تعاني المكتبات الجامعية العربية من قلة الوعي وإدراك المكتبة المهني لأهمية وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالمستفيدين وبصفة خاصة موقع تويتر.



٢/١ أهمية الدراسة:

يتوقع أن تسهم نتائج الدراسة وتوصياتها في سد ثغرة مهمة في توفير إدارة وفريق عمل لتطوير صفحات تويتر ودورها في زيادة مساندة المكتبات الجامعية على نشر خدمات الإحاطة الجارية للمعلومات، كما تبرز أهمية الدراسة فيما يلي:-

١. تُعتبر أول دراسة عربية استكشافية اعتماد على موقع تويتر منفرداً دون غيره عن مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى على إعتباره من أحد الأشكال التي تساعد في بث ونشر المعلومات كخدمة من خدمات الإحاطة الجارية بالمكتبات، في ظل ضعف وجود تلك الخدمة داخل المكتبات بالطرق القديمة مثل إتاحة الأخبار على لوحات الإعلانات وغيرها من الأساليب التقليدية.

٢. تُسهم هذه الدراسة في إلقاء الضوء حول كيفية إستفادة المكتبات الجامعية من موقع تويتر وأهمية دوره لخدمة المتابعين (المستفيدين من المكتبات).

٣. لم تقتصر الدراسة على مجرد توفير الإطار النظري حول الموضوع؛ ولكنها رصدت الوضع الراهن لاشتراك المكتبات الجامعية العربية في موقع تويتر، وآلية استخدامه بها.

٤- وضع معايير مقترحة لاستخدام المكتبات الجامعية موقع تويتر يساهم في الاعتماد على آلية للعمل بشكل يجعل الاستفادة من خدمات موقع تويتر أكثر فاعلية واقبالاً تجاه المستفيدين منها، نظراً لافتقار التخصص إلى أداة معيارية عربية على وجه الخصوص.

وبناء على ما سبق ظهرت حاجة مُلحة إلى إجراء دراسة منهجية لواقع استخدام موقع تويتر في المكتبات الجامعية العربية وتأثير هذا الاستخدام على المستفيدين من تلك المكتبات، وبالتالي زيادة أهمية إيجاد حلول علمية تساعد في تخطي المشاكل التي تقابل المكتبات في هذا الصدد.



٣/١ تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على سؤال أساسي هو: ما هي الاتجاهات الحديثة والمؤشرات التي ينبغي أن تتوافر في استخدام المكتبات الجامعية موقع تويتر تلبية لحاجات المستفيدين (المتابعين)؟ وهناك عدد من التساؤلات الفرعية التي تسعى الدراسة للإجابة عليها وهي:

- أ- ما المفاهيم الأساسية لتويتر وعلاقته بخدمات الإحاطة الجارية بالمكتبات الجامعية؟
- ب- ما هي توجهات المكتبات الجامعية نحو استخدام تويتر مقارنة بالفايس بوك من حيث أعداد المتابعين والمعجبين؟
- ج- ما مقومات أعداد المتابعين والتابعين في صفحات تويتر وآلية تفاعل المكتبات الجامعية معهم؟
- د- ما هي معدلات التفاعل في التغريدات الصادرة من صفحات المكتبات الجامعية على تويتر؟
- هـ- ما اتجاهات وأنواع خدمات الإحاطة الجارية للمكتبات الجامعية باستخدام موقع تويتر؟
- و- ما هي المعايير التي يمكن أن تستند إليها المكتبات الجامعية في استخدام موقع تويتر؟

٤/١ أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية بشكل عام إلى:

- أ- التعرف على مدى توافر مقومات استخدام موقع تويتر في المكتبات العربية على اعتباره من خدمات الإحاطة الجارية.

- ب- التعرف على الفروق بين موقع الفيس بوك وموقع تويتر بالمكتبات الجامعية العربية على اعتبارهم أشهر مواقع التواصل الاجتماعي عالمياً وفقاً للدراسات العلمية.
- ج- التعرف على طبيعة تفاعل صفحات المكتبات الجامعية على موقع تويتر من حيث أعداد المتابعين والتغريدات ونوعية المعلومات التي تقدمها.
- د- إثارة الوعي بمميزات موقع تويتر في خدمة الإحاطة الجارية للمعلومات من خلال النظرة المستقبلية الاستشرافية لصفحات والخدمات التي يقدمها للمكتبات الجامعية.
- هـ- وضع معايير موضوعية يمكن الاعتماد عليها من قبل المكتبات الجامعية في انشاء واستخدام موقع تويتر.
- و- إبداء المقترحات والتوصيات لتطوير منظومة استخدام موقع تويتر في المكتبات الجامعية العربية.

٥/١ منهجية الدراسة:

فرضت طبيعة الدراسة في استخدام المنهج الوصفي التحليلي في التعرف على ظروف وحاجات الأطراف المرتبطة بالظاهرة محل الدراسة، مع جمع البيانات للتعرف على مجتمع الدراسة وخصائصه والبحث في أسباب بعض النتائج السلبية بهدف التوصل لتوصيات ومقترحات تساعد على حلها وتطويرها مستقبلاً لاستنباط المعايير المنشودة.

٦/١ حدود ومجال الدراسة:

حدد مجال الدراسة على النحو التالي:

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة المكتبات الجامعية العربية التي تمتلك صفحة رسمية خاصة على موقع تويتر بصرف النظر عن أهدافها من عملية الاشتراك.



الحدود المكانية: تغطي الدراسة مجتمع المكتبات الجامعية على مستوى الدول العربية.

الحدود الزمنية: تغطي الدراسة الفترة الزمنية منذ بداية تفعيل موقع تويتر للمكتبات الجامعية وحتى الانتهاء من الدراسة بتاريخ ٢٥/١١/٢٠١٤.

٧/١ أدوات جمع البيانات:

لأغراض جمع البيانات حول مجتمع الدراسة استخدم الباحث قائمة مراجعة (ملحق رقم ١)، واستبيان (ملحق رقم ٢) صمموا لهذا الغرض بصفتهما أدوات لجمع البيانات عن مفردات الدراسة. بالإضافة إلى تصفح مواقع المكتبات الجامعية محل الدراسة للتعرف على استخدامها موقع تويتر بصورة رسمية من عدمه والحصول على المعلومات الأخرى التي تساعد الباحث على هذه الدراسة.

وبعد إجراء تحكيم الاستبيان من بعض الأساتذة المتخصصين في علم المكتبات والمعلومات وعمل التعديلات المناسبة عليه، تم إرساله إلى جميع المكتبات الجامعية التي تم حصرها والبالغ عددها (١٧) مكتبة جامعية باستخدام البريد الإلكتروني مرتين، المرة الأولى بتاريخ ١٥/١٠/٢٠١٤، ثم المرة الثانية بتاريخ ٢٦/١٠/٢٠١٤، إلا أن الباحث لم يتلقَ أي استجابة سوى من المكتبة المركزية لجامعة طيبة.

٨/١ مجتمع الدراسة:

جدول (١) أنواع الصفحات للمكتبات الجامعية العربية المتاحة على تويتر

أنواع الاشتراك	عدد	%
صفحات رسمية	١٧	٧٠,٨%
صفحات غير رسمية	٧	٢٩,١%
مجموع	٢٤	١٠٠%



من خلال إجراء عملية الفحص بشكل كامل على موقع تويتر تم رصد عدد (٢٤) مكتبة جامعية عربية لديها صفحة على موقع تويتر، كما هو موضح بالجدول رقم (١) وتوزعت بين أكثر من دولة، تم تحديد مجتمع الدراسة لعدد (١٧) مكتبة بنسبة ٧٠,٨% من إجمالي المكتبات الجامعية العربية المتاحة على موقع تويتر، كما هو مبين بالجدول رقم (٢) واتم الاختيار بناء على استخدام تلك المكتبات موقع تويتر من خلال الموقع الإلكتروني الرسمي للمكتبات بالإحالة المعرف (URL) إلى تويتر من خلاله، دون النظر إلى التفاعل والاستخدام الحقيقي للمكتبات له من عدمه.

وربما ترجع الأسباب إلى وجود صفحات غير رسمية للمكتبات الجامعية على تويتر إلى بعض الاجتهادات الفردية من بعض العاملين بالمكتبة بإنشاء صفحة للمكتبة بدون الاعتماد رسمياً على إدارة المكتبة أو من أشخاص آخرين معجبين أو أصدقاء للمكتبة فيقوموا بإنشاء صفحات غير رسمية، وقد وصلت نسبتها إلى ٢٩,١% من إجمالي المكتبات الجامعية الموجودة على تويتر والتي تم حصرها. وهذه المكتبات هي مكتبة الأمير سلطان للعلوم والمعرفة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ومكتبات عماد شؤون المكتبات بجامعات الملك خالد والقصيم وحائل والباحة وشقراء والمكتبة المركزية بجامعة بغداد. وعليه استُبعد الباحث تلك المكتبات الجامعية غير الرسمية. وفيما يلي جدول (٢) يوضح المكتبات الجامعية المختارة لمجتمع الدراسة:

جدول (٢) مجتمع الدراسة

م	المكتبات الجامعية	الدولة	المعرف	تاريخ الإنشاء
١.	جامعة أم القرى: مكتبة الملك عبد الله	السعودية	@kaaulib	٢٠٠٩
٢.	الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة: عمادة شؤون المكتبات	السعودية	@Libraries_iu	-
٣.	جامعة الملك سعود: عمادة	السعودية	@ksu_Libraries	٢٠١١



			شؤون المكتبات	
٢٠١١	@lib_kau	السعودية	جامعة الملك عبدالعزيز: عمادة شؤون المكتبات	٤.
٢٠١٢	@KFUPMLibraries	السعودية	جامعة الملك فهد للبترول والمعادن: عمادة شؤون المكتبات	٥.
٢٠١٢	@library_taibah	السعودية	جامعة طيبة: عمادة شؤون المكتبات	٦.
٢٠١٢	@jazanulib	السعودية	جامعة جازان: عمادة شؤون المكتبات	٧.
-	@libr_JU	السعودية	جامعة الجوف: عمادة شؤون المكتبات	٨.
-	@dla_pnu	السعودية	جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن: عمادة شؤون المكتبات	٩.
-	@saulibraries	السعودية	جامعة سلمان بن عبد العزيز بالخرج: عمادة شؤون المكتبات	١٠.
-	@dlsu4	السعودية	جامعة شقراء: عمادة شؤون المكتبات	١١.
٢٠١٢	@LibraryDla	السعودية	جامعة المجمعة: عمادة شؤون المكتبات	١٢.
٢٠١١	@SDL_sa	السعودية	المكتبة الرقمية السعودية	١٣.
-	@new_centrallib	مصر	جامعة القاهرة: المكتبة المركزية	١٤.
-	@MainLibrarySQU	سلطنة عمان	جامعة السلطان قابوس: المكتبة الرئيسية	١٥.
٢٠١٢	@QU_Library	قطر	جامعة قطر: مكتبة جامعة قطر	١٦.
-	@YarmoukLibrary	الأردن	جامعة اليرموك: مكتبة جامعة اليرموك	١٧.

وأُسفر الجدول رقم (٢) لصفحات المكتبات الجامعية السعودية على تويتر، حيث تبين أن (١٣) مكتبة جامعية من المملكة العربية السعودية لها صفحات على تويتر بنسبة ٧٦,٥% من إجمالي مكتبات الدارسة، بينما توافرت مكتبة جامعية واحدة لباقي الدول العربية الأخرى في كل من مصر وسلطنة عمان وقطر والأردن.



وبعد مراجعة الباحث عن أسباب عدم توافر صفحات للمكتبات الجامعية الأخرى بخلاف مجتمع الدراسة على موقع تويتر، والبحث في مواقع المكتبات الجامعية العربية الالكترونية اتضح أن أغلب المكتبات تدرج تحت عباءة الصفحات الرئيسية للجامعة الأم التابعة لها المكتبة وبالتالي تدرج أخبار المكتبات كجزء من الأخبار والأحداث العامة الرئيسية للجامعة نفسها، وهذا شيء غير مبرر للمكتبات ويبين عدم الوعي والأهمية باستقلال المكتبات الجامعية بصفحات التواصل الاجتماعي التي تمثلها وتديرها وتحدث عن أخبارها المتخصصة بشكل مستقل نظرا لطبيعة المستفيدين من المكتبة وخصائصهم الفردية والعلمية فيما يحتاجون إليه من معلومات. وعلى الجانب الآخر يفسر الباحث تلك الظاهرة ترجع إلى أن إدارة المكتبات الجامعية العربية لم تدرك أهمية ودور الاستقلالية في طبيعة نشر المعلومات عن باقى قطاعات الجامعة بشكل يسمح لها بالتواجد اليومي على تويتر.

كما يوضح الجدول السابق أن سنوات الإنشاء لصفحات تويتر في مكتبات الدراسة لم تظهر في ثمان مكتبات بنسبة ٤٧% ، ويمكن أن يكون هذا مؤشر يبين عدم الأهمية مرة أخرى من ذكر تاريخ التأسيس للخدمة أو قلة الدراسات العلمية للمكتبات في إدارة الصفحات الاجتماعية ودورها في توثيق خدماتها المعلوماتية التي تتيحها لجمهور المستفيدين منها.

وقد اتضح أن أول مكتبة استخدمت تويتر في أخبارها عام ٢٠٠٩ من نصيب مكتبة الملك عبد الله بجامعة أم القرى، يليها في عام ٢٠١١ اشتراك ثلاثة مكتبات بنسبة ١٧,٦% في حساب تويتر وفى عام ٢٠١٢ تم اشتراك خمس مكتبات جامعية على صفحات تويتر بنسبة ٢٩,٤% من إجمالي مكتبات الدراسة.

ويوضح الجدول رقم (٣) مدى وعى مكتبات الدراسة بأهمية ربط صفحات تويتر بالموقع الرسمي للمكتبة أو الجامعة التابعة لها المكتبة حيث تبين أن هناك (١٤) مكتبة من مكتبات الدراسة تقوم بعملية ربط

(URL) معرف موقع المكتبة الالكترونية للمكتبة على موقع تويتر لها بنسبة ٨٢,٤% بينما هناك (٣) مكاتب لا تقوم بهذا الربط المنطقي والواجب للتعريف بصفحة المكتبة الرئيسي لمساعد المتابعين في الوصول معرف (URL) موقع المكتبة الالكترونية وهم مكاتب جامعات الملك عبدالعزيز وجازان وجامعة اليرموك حيث ربطت الأخيرة بمعرف الفيس بوك للمكتبة وليس للمكتبة نفسها. ويرى الباحث ضرورة إجراء عملية الربط لكافة أنواع المكاتب لأنها تساعد المتابعين للرجوع بشكل بسيط لموقع المكتبة الالكترونية.

جدول (٣) ربط موقع تويتر بمواقع المكاتب لبيان التعريف للصفحة

ربط صفحة تويتر بالموقع الرسمي	عدد	%	البيان التعريفي للصفحة	عدد	%
يوجد ربط	١٤	٨٢,٤%	يوجد بيان تعريفي للصفحة	٩	٥٣%
لا يوجد ربط	٣	١٧,٦%	لا يوجد بيان تعريفي للصفحة	٨	٤٧%
مجموع	١٧	١٠٠%	مجموع	١٧	١٠٠%

كما يسفر الجدول رقم (٣) عن مدى توافر بيان تعريفي مختصر بتوصيف صفحات تويتر الخاص بمكاتب الدراسة بان يحدد هوية الصفحة على أنها تمثل موقع المكتبة الرسمي أو كونها الصفحة المرتبطة مثل ما حددته مكتبة الملك عبد الله بجامعة أم القرى في صفحتها على تويتر بأنها "الحساب الرسمي لمكتبة الملك عبد الله الجامعية مكتبة أكاديمية تستعرض الخدمات الالكترونية وتهتم بإحاطة وبنشر الوعي المعلوماتي للمجتمع المعرفي". فيتضح أهمية هذا البيان التعريفي المختصر كونه يعبر عن هوية الصفحة وطبيعتها وموضوعها الأساسي لوجودها وقد تبين أن هناك (٩) مكاتب لها بيان تعريفي مختصر تحت اسم الصفحة بنسبة ٥٣% من إجمالي مكاتب الدراسة و (٨) مكاتب بنسبة ٤٧% لا يوجد بيان مختصر لها واكتفت بالعنوان فقط دون تحديد توصيف يساعد المتابعين لها على طبيعة وسبب وجود تلك الصفحة في عبارات بسيطة وهي مكاتب جامعات



الملك عبدالعزيز وطيبة وجازان والجوف وسلمان بن عبدالعزيز
وشقراء والمجمعة والسلطان قابوس.

ثانياً: الاطار النظري للدراسة:

١/٢ مفهوم تويتر وخدمات الإحاطة الجارية:

مما لا شك فيه أن هناك طفرة ظاهرة للعيان حول مدى انتشار الشبكات الاجتماعية بأنواعها المختلفة بين المؤسسات التعليمية والخدمية ومنظمات الأعمال، وكان موقع تويتر يتميز كونه موقع ينفرد بسرعة الوصول إلى الجمهور واختصار في الكلمات، والإحالة إلى الموضوعات مباشرة دون مقدمات، وبالتالي الوصول إلى الغرض من خلال التغريدة بشكل مباشر للحدث المراد العلم به لجمهور المستفيدين، وحيث أن تلك الدراسة مبنية في الأساس على واقع استخدام صفحات تويتر ومدى تمثيلها في المكتبات الجامعية وعلاقاتها المباشرة بخدمات الإحاطة الجارية.

فيعرف تويتر (Twitter) أو ما يطلق عليه التدوين المصغر (Microblogging) على أنه "أحد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية، ويقدم خدمة مجانية تسمح لأي شخص أو مؤسسة بأن تقول أي شيء إلى أي شخص وكحد أقصى في (١٤٠) حرف أو أقل من نوعية ماذا تفعل الآن، وهذه التدوينات الصغيرة يستخدمها الملايين من المتخصصين في تويتر^(١)، ولا ينظر إلى تويتر على اعتباره أنه من ميرات نظم الحوسبة والانترنت ولكن ينظر إليه على اعتبار أنه يقع تحت ثورة الرسائل النصية القصيرة SMS من خلال الوصول للحدث فور وقوعه لذلك يزيد إسهامه بشكل أكبر من الفيس بوك من ناحية المشاركات تجاه المستخدمين له".^(٢)

ويعرف الباحث اجرائياً موقع تويتر على أنه ذلك "الموقع الاجتماعي الإعلامي الذي يهدف إلى التعبير عن فكرة مبسطة لموضوع ما أو الإحاطة لمستجدات أحداث معينة أو إحالة لرابط على شبكة



الانترنت أو مقاطع الفيديو أو الوثائق مستخدماً بعض الصور التي تدعم التغريدات التي يطرحها أصحابها على أن لا تتعدى عدد الأحرف التي يستخدمها عن ١٤٠ حرف للتغريده على الأكثر، ويعد في هذا الأمر نوع من خدمات الإحاطة الجارية للمعلومات فيما يخص قطاع المكتبات ومراكز المعلومات."

وإذا انتقلنا إلى مصطلح خدمات الاحاطة الجارية نجدها ضمن خدمات المعلومات التي تقدمها المكتبات ومراكز المعلومات مع ضرورة الاعتماد على الجانب التقني بها.

وخدمات الاحاطة الجارية هي عبارة عن عمليات استعرض كافة مصادر المعلومات المتوافرة حديثاً في المكتبات ومراكز المعلومات، واختيار المصادر وثيقة الصلة باحتياجات باحث أو مستفيد أو مجموعة من المستفيدين وتسجيل هذه المصادر من اجل إعلامهم بالطرق المناسبة عن توفرها لدى المكتبة، وتعتبر خدمة البث الانتقائي للمعلومات أهم خدمات الاحاطة الجارية، وتهدف إلى ابقاء المستفيد متمشياً مع آخر التطورات والانجازات في حقل تخصصه واهتماماته الموضوعية التي يحددها هو بنفسه ويعدلها بين الحين والآخر، وأن ما يميز خدمة البث الانتقائي للمعلومات في خدمة الاحاطة الجارية هو ضرورة الاعتماد على استخدام الحاسب الإلي لتقديمها.(١٢)

وعلى الرغم من وجود مصطلحات تستخدم تبادلياً في علم المكتبات والمعلومات مثل "خدمات الإحاطة الجارية" (CAS) Current Awareness Services أو كما يطلق عليه البعض "الخدمات التنبيهية" "Alerting Services" أو "البث الانتقائي للمعلومات" "Selective Dissemination of Information" (SDI) إلا أن هناك اختلافات من حيث الطريقة في عملية إخطار المستفيدين في تجهيز البيانات أو المعلومات بشكل الكتروني سواء كانوا على شكل أفراد أو مجموعات بعد تحديد اهتماماتهم المتشابهة في الاحتياجات المعلوماتية.(١٣)



كما عرفت خدمة الإحاطة الجارية على أنها "مجرد نظام لإبلاغ المستفيدين من المكتبات وخدمات المعلومات عن الوثائق الحالية لمصدر محدد أو نشرة إعلامية أو خدمة للإعلام عن فهرسة الإنتاج الفكري، ولكن في عصر الانترنت تعرف تلك الخدمة على أنها نظام واحد أو أكثر يضاف لنظم البيانات أو قواعد معلومات بالمكتبات لإحاطة المستفيدين عن وثائق أو مواقع على شبكة الانترنت أو الأحداث مثل المؤتمرات أو حلقات النقاش أو صدور كتب أو أعداد من الدوريات".^(٤) حيث تعتمد خدمة الإحاطة الجارية على الاحتياجات إلى معلومات محددة من جانب المستفيد وهذا يتطلب إلمام أخصائيو المكتبات بشكل دوري بكافة المستجدات على الساحة المرتبطة بتخصص ونشاط المكتبة على مدار الساعة.

ومن التعريفات الاصيله عرفت خدمة الإحاطة الجارية للمعلومات على أنها "واحدة من أهم الخدمات أو الطرق التي تستخدمها المكتبات في السيطرة على الانفجار المعرفي، وبالتالي مساعدة الباحثين على متابعة التطورات الحديثة في مجالات تخصصهم، وتساهم في سد فجوة المعلومات وهي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى الحرص على المشاركة في مجريات جبهة البحث والارتباط بهذه المجريات بأي شكل من الأشكال. فمن الباحثين من يحرص على الاطلاع على الأعداد الجارية من الدوريات ومنهم من يتصل بزملائه وأقرانه في مكان العمل وخارجة، ومنهم من يحرص على حضور المؤتمرات أو النشرات الإعلامية والإخطارات اليومية وتحرص المكتبات ومراكز المعلومات على تقنين هذه الوسائل والحث على الاستفادة منها".^(٥)

ولأغراض هذه الدراسة وضع الباحث التعريف الإجرائي لخدمات الإحاطة الجارية بالمكتبات الجامعية اعتماداً على استخدام موقع تويتر: "بأنها تلك الخدمة التي تتطلب أن تستخدم عن طريق صفحات موقع تويتر لإحاطة مستفيدين المكتبات بكافة الأحداث والمستجدات عن المشاركة بعبارات قليلة لا تتعدى (١٤٠) حرف تلخص موضوع الحدث أو الفكرة أو وصول مصادر معلومات جديدة أو الإحاطة بمواقع



الالكترونية ذات صلة بخدمات المكتبة مع إمكانية إضافة صورة أو رابط للموضوع أو إضافة موقع جغرافي معبر عن الموضوع "

ثالثاً: الدراسات السابقة:

فيما يتعلق بالدراسات العلمية التي تناولت موضوع استخدام موقع تويتر على اعتباره شكل متطور لخدمات الإحاطة الجارية بالمكتبات ولكونه مناسب بناء على خصائص علمية مقارنة لباقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وبناء على إمكانية مساعدة صفحات تويتر للمكتبات في تلبية احتياجات بعض المستفيدين منها تجاه اهتماماتهم البحثية والثقافية.

وطبقاً لما جاء في التعريف الإجرائي للباحث، استطاع الباحث محاولة لحصر الدراسات السابقة من خلال مراجعة النتاج الفكري العربي والأجنبي حول الموضوعات ذات العلاقة والمرتبطة بموضوع الدراسة في كل من قواعد المعلومات العالمية ومنها , Emerald , ISA, SAGE, LISA, ProQuest, ERIC, , Science Direct..... and EBSCO ودليل (الهادي) للنتاج الفكري العربي في المكتبات والمعلومات، حيث تبين عدم تناول الدراسات العربية استخدام موقع تويتر في مجال المكتبات بشكل مباشر، حيث تبين ان الدراسات العربية تناولت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المكتبات من حيث التأثير أو الاستخدام والأهمية على المطلق دون تخصص تويتر بشكل مباشر وعلاقته بالمكتبات، وبناء عليه تركزت الدراسات المثيلة على الانتاج الفكري الاجنبي، وقد قسم الباحث تلك الدراسات إلى ثلاث محاور وهى: أولها علاقة المكتبات باستخدام موقع تويتر، ثانيها تحليل محتوى تغريدات المكتبات في تويتر، وثالثها عن المتابعين وعلاقتهم بالمكتبات على موقع تويتر.



(أ) علاقة المكتبات باستخدام موقع تويتر

دراسة كل من دارسى وسام وسوزى (*Darcy Del Bosque, Sam A.*)

(*Leif, Susie Skarl, 2012*) التى تهدف إلى القاء نظرة عامة عن كيفية استخدام المكتبات موقع تويتر في الأوساط الأكاديمية، وقد حللت الدراسة الوضع لعدد (٢٩٦) عينة عشوائية من المكتبات الأكاديمية، وتم جمع البيانات عن طريق استبيان مكون من (١٩) سؤال تم تقسيمهم إلى ثلاث فئات وهم: التخطيط والتصميم، والمحتوى وأعداد التغريدات، والمتابعين للحساب. وأسفرت نتائج الدراسة أن (٣٤%) من إجمالى مكتبات الدراسة كانت طبيعة محتوى التغريدات بها تسير بطرق متفاوتة وغير متناقسة في الخصائص فيما بينها مما يبين عدم وجود معيار موحد لإدارة تلك الحسابات على تويتر، ولكن هناك تواصل ناجح مع المتابعين على حساب تويتر بالمكتبات الأكاديمية، كما قدمت تلك الدراسة للمكتبات عن كيفية استخدام تويتر للوصول إلى تواجد أفضل بين المستفيدين منها، وأهمية دور أخصائيو المكتبات في اعطائه المزيد من الافكار المفيدة في حالة بداية إشترك المكتبات في حساب تويتر. (١٦)

وفى دراسة ماري هيركو (*HRICKO, MARY, 2009*) تناولت استخدام أدوات التدوين المصغر (تويتر) فى خدمات المكتبات على اعتبار أنه يساعد على نقل المعلومات من المكتبات إلى جمهور المستفيدين بشكل اسرع وسهل عن باقى الخدمات الأخرى التى تتطلب بعض الاجراءات الاطول فى وصولها للمستفيدين، حيث بينت الدراسة مدى أهمية التدوين المصغر فى مشاركة المعلومات وتبادلها بين الجهات أو الاطراف أصحاب العلاقة بالمعلومات والتفاعل مع المحتوى الرقوى وخلق إعلام جديد على اعتبار أن استخدام هذه التطبيقات تساعد اخصائيو المكتبات على إدارة خدمات المعلومات بالمكتبة والأنشطة التعليمية وتعزيز ونقل الأحداث بشكل أفضل بكثير عن ذى قبل. كما ناقشت الدراسة أهمية دور كل من اخصائيو المكتبات



والمستفيدون منها من خلال التعامل مع هذه التقنيات والجمع بين الشبكات الاجتماعية الأخرى لتطوير شبكات التعلم الشخصية (PLNs) Personal Learning Networks في عمليات التعليم والتعلم والبحث العلمي على أساس إمكانية مساعدة أخصائيو المكتبات في الحصول على فرص جديدة بالعمل وبشكل أكثر احترافية ومهنية بالإضافة إلى دعم وزيادة فرص الحصول على موارد (بشرية أو مالية) جديدة لا يمكن الوصول إليها بسهولة في الطرق التقليدية، وأخير اختتمت الدراسة باعطاء لمحة عامة عن قضايا استخدام التدوين المصغر (تويتر) كأداة جديدة من أدوات المكتبة في تقديم خدمات المعلومات.^(١٧)

وفي دراسة سارة ملستين (Milstein, Sarah, 2009) بعنوان "تويتر للمكتبات وأخصائيو المكتبات"، حيث تناولت الدراسة تويتر على اعتباره خدمة من خدمات الرسائل المجانية سريعة النمو للناس، وعلى المكتبات والعاملين بها أن يستخدموها الاستخدام الأمثل دون إنفاق الكثير من الوقت أو الجهد. كما تناولت الدراسة إمكانية الخدمات التي يقدمها تويتر بصورة جيدة للمكتبات من خلال السماح للمستفيدين إرسال واستقبال الرسائل القصيرة والتي تسمى تغريدات عن طريق شبكة الإنترنت أو من خلال خدمة الرسائل القصيرة (SMS) باستخدام الهاتف المحمول في جمل بسيطة يستطيع المغرد أن يوضع كلماته بعناية من دون أخذ الكثير من الوقت في القراءة أو الكتابة، وبالإضافة إلى ذلك اعتبار تويتر لديه من الامكانيات والخدمات المناسبة للتواصل الفعال مع المكتبات كمؤسسات خدمية ومع خبرة العاملين بها، وبالتالي تويتر لديه الملايين من المستخدمين، بل هو مكان جيد للتواصل مع المهتمين في المكتبات والفوائد التي يعكسها استخدام تويتر بها.^(١٨)



وفى دراسة كولن كيودي (Cuddy, Colleen , 2009)

تناولت استخدام تويتر فى مكتبات العلوم الصحية على اعتبار تويتر موقع للتواصل والتدوين الاجتماعي، وأنه أداة مجانية تسمح للمستخدمين بإرسال تغريدات مختصرة (١٤٠ حرفاً أو أقل) مع استخدام التحديثات المستمرة لمتابعين مكتبات العلوم الصحية. كما تناولت الدراسة لمحة عامة عن طبيعة التغريدات على تويتر، وكيفية استخدام تويتر فى تطبيقات الأجهزة المحمولة، كما ألفت الضوء على حسابات تويتر فى كل من المكتبات والمدارس الطبية، واختتمت الدراسة بإبداء مجموعة من المقترحات حول كيفية استخدام تويتر فى مكتبات العلوم الصحية وكيفية البدء والعمل عليه بشكل أكثر تفاعلاً مع تلك المكتبات.^(١٩)

وهناك دراسة جورج بليننجر (Plieninger, Jurgen , 2009)

بعنوان التغريدات فى المكتبة: الايجابيات والسلبيات لخدمات الانترنت الجديدة مع الرسائل القصيرة، حيث تناولت الدراسة الخبرة الألمانية على الانترنت فيما يتعلق بالتغريدات على تويتر باعتباره احدى البرامج الاجتماعية المعروفة. كما شرحت الدراسة باستفاضة عن موقع تويتر وتطبيقاته المتعددة، وإمكانية تطبيقه فى "شبكة الهواتف المحمولة" لاستخدامه فى التدوين المصغر، مع اضافة الروابط وبعض الوظائف الأخرى الإضافية التى تستخدم فى المكتبات.^(٢٠)

(ب) تحليل محتوى تغريدات المكتبات فى تويتر:

دراسة بيسكى ويلي (Gibradze Besiki Stvilia)

(Leila, 2014) تناولت موقع تويتر فى المكتبات الأكاديمية وأهميته وفوائد التغريدات، حيث بينت الدراسة عن ضرورة انخراط المكتبات الأكاديمية فى وسائل التواصل الاجتماعى وتوفير الخدمات عن طريقها للمستفيدين، واكتشف الدراسة أن هناك ست مكتبات أكاديمية كبرى تستخدم تويتر بشكل فعال ومؤثر مما يجعلها مكتبات ذات تأثير على المجتمع والمتابعين لها، وقد تم تحليل (٧٥٢) تغريدة



صادرة من تلك المكتبات تم تصنيفهم موضوعياً مقاساً بعدد إعادة التغريدات (Retweets) والتفضيلات (Favorite) الصادرة من المتابعين لها مما يعطى مؤشرات على التفاعل الحقيقي مع جمهور المستفيدين، كما كشفت الدراسة من خلال تحليل عينات التغريدات توافر تسعة أنواع للمحتوى فى تويتر وهى الأحداث الجارية ومصادر المعلومات والاسئلة والاجابات والدعم الدراسى للطلاب وتحديث العمليات والخدمات المقدمة والاحصائيات وأعضاء هيئة التدريس والنادى وخدمة المجتمع، كما أسفرت نتائج الدراسة عن وجود ارتباط ايجابى بين توافر روابط (URL) ذات الصلة بالخدمات والدعم الدراسى واعادة التغريدات، ووجود ارتباط سلبى بين عمر حساب تويتر وعدد التفضيلات.^(٣١)

دراسة ستيورات بالمر (Stuart Palmer, 2014) التى
تتناول مكتبة الجامعة وعلاقتها باستخدام وسائل التواصل الاجتماعى:
دراسة حالة على الفيس بوك وتويتر في استراليا، من خلال تقديم مجموعة من الافكار والمقترحات تفيد في منهجية التواصل مع جمهور المكتبات الجامعية مع الشبكات الاجتماعية مستقبلاً. وقد حلت الدراسة الارتباط والعلاقة بين التغريدات المباشرة الصادرة من المكتبة والتنوية من الآخرين للمكتبة من خلال موقع تويتر والمشاركات الخاصة بالمكتبة والتعليقات من الآخرين في الفيسبوك. تم الكشف عن ثلاث فئات واسعة في تويتر توضح التفاعل مع المكتبة الجامعية: أ) حسابات مرتبطة بقوة بالمكتبة من خلال التغريدات التبادلية المتنوعة والمتعددة، ب) حسابات ضعيفة بالمكتبة ذات التغريدة الواحدة غير تبادلية مع المتابعين، ج) الروابط غير المباشرة بالمكتبة من خلال تغريدات المكتبة والمرسلة من قبل مستخدمين آخرين. كما تم تسليط الضوء على شكلين من التفاعل على الفيس بوك: الأولى) المشاركات العامة الصادرة من المكتبة التى تجلب العديد من التعليقات عليها بشكل قوى في المنافسات والتحديات مع المكتبات الأخرى المثلثة، والثانية)

مشاركات المكتبة بدون تعليقات واردة عليها مثل المشاركة بصورة أو رابط للتوعية عن خدمة أو حدث. (٣٢)

دراسة جوليانا نيكوليزن (2013 , Nykolaiszyn,

Juliana M.) وهي رسالة ماجستير حول استكشاف الاتصالات الحوارية في رسائل موقع تويتر من جمعية مكتبات البحوث Association of Research Libraries (ARL) والتي تناولت التغريدات أو التدوينات المصغرة الصادرة عنهم، استناداً على "مبادئ تليور" في تحليل الاتصالات الحوارية الالكترونية بين الاشخاص في علم العلاقات العامة، وذلك من خلال تحليل محتوى (٤٠٠) تدوينة مصغرة من ٤٠ مكتبة تابعة لجمعية مكتبات البحوث، حيث تناولت الدراسة أنواع الرسائل ونوعية الجمهور المستخدم لها وطبيعة الحوار بين كل من التغريدات واعادتها من المتابعين لها وتحليل المبادئ الحوارية التي تم إنشاؤها، كما خلصت الدراسة بأن تويتر كان في المقام الأول وسيلة لنقل المعلومات المفيدة للجمهور العام، مع امكانية زيادة النمو والتفاعل الحواري مستقبلاً والخروج بنتائج علمية تفيد في تطوير وتحسين أداء تلك المكتبات. (٣٣)

دراسة جونسون انيوان بفرلي (Beverly, Jason)

2013Antwuan) وهي رسالة دكتوراه حول نماذج العلاقات العامة والاتصالات الحوارية في التغريدات (Twitterverse): دراسة تحليلية للكليات والجامعات في مشاركة الجمهور من خلال تويتر، وجاءت الدراسة لتوضح العلاقة الجديدة التي خلقتها وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع من خلال بناء العلاقات الاجتماعية في موقع تويتر واستخدامه في التعليم العالي خارج منظومة الفصل الدراسي ليصبح إدارة فاعلة تسمح للكليات والجامعات بالتواصل مع الجمهور العام، وأعتمد مجتمع الدراسة على (١٥٥) كلية وجامعة تستخدم تويتر باعتباره يقوم على بناء علاقات بين الناس واداة اتصال جديدة. من خلال تحليل (١٥٥٠) تغريدة كعينة ولمدة أسبوعين. وكشفت الدراسة بان ٣٨,٥٪ من التغريدات تتماشى مع مبدأ الحوار التي تسمح بالعودة



مرة أخرى بين الاشخاص، في حين أن ٤٩,٧% من التغريدات تتماشى مع النماذج الصحفية والدعاية والعلاقات العامة. كما أن باقى التغريدات كانت متوسطة التفاعل بين جمهور المتابعين لتلك الكليات والجامعات ويغلب عليهم الترويج الذاتى فى التغريدات، كما أسفرت نتائج الدراسة عن عدم اتباع الكليات والجامعات استراتيجيات بناء العلاقات الأكثر شيوعا المقبولة^(٢٤) وتعتبر تلك الدراسة واحدة من الدراسات الأولى من نوعها مثل الدراسة السابقة فى استخدام تويتر للتواصل وبناء علاقات مع المستفيدين أو الجمهور العام.

دراسة كل من كيم وكريستوفر والين (Hae Min Christopher C. , Eileen G. Abels and Kim, 2013

Yang) حيث ركزت على نشر المعلومات على تويتر بالمكتبات الأكاديمية من خلال تحليل إعادة التغريدات الصادرة من المكتبة بعد نشرها مجموعة متنوعة من المعلومات، وتناولت الدراسة طبيعة المتابعين اصحاب المصلحة في إعادة التغريدات ولمن يتم نشرها والهدف من هذا النشر، وأظهرت النتائج عن عدد (٥٧١٩) إعادة تغريدة للمكتبة صادرة من (٥٠٦) متابع من عشر مكتبات أكاديمية وحسابات تويتر وتقسيمهم إلى (١٢) مجموعة، وقد بينت تلك النتائج أن اصحاب إعادة نشر تلك التغريدات هم من العاملين فى وحدات بالجامعات وبالإضافة إلى الطلاب^(٢٥)

وفي دراسة ديفيد ستورات (Stuart, David, 2010) تناول

تحليل عدد (٤٣٣) تغريدة صادرة عن عينة من المكتبات بمختلف أنواعها سواء كانت مكتبات أكاديمية أو عامة أو مكتبات الولايات أو المكتبات الوطنية للإجابة على سؤال واحد وهو: ماذا تفعل المكتبات في تويتر؟ وتبين أن ٥٩% من مكتبات الدراسة كانوا يتبعوا اقل من (١٠٠) من أقرأنهم من المكتبات على تويتر. وقد أوضحت الدراسة أهمية أن يكون لدى المكتبات صفحة على موقع تويتر بشكل دائم مع المستفيدين منها وفقاً لتوقعاتهم وأصبح هذا عبء حقيقى ومسؤولية على اختصاصيو المكتبات تجاه التزامهم امام المستفيدين بالاستمرارية في متابعة



الأحداث والأخبار وتدفق المعلومات أولاً بأول، حيث أوضحت الدراسة بأن الاشكالية ليست في امتلاك المكتبات صفحة على تويتر ولكن الأهم هو أن تكون تلك الصفحة نشطة ولديها تفاعل قوى ومستمر مع المستفيدين منها بصورة دائمة.^(٣٦)

(ج) المتابعين وعلاقتهم بالمكتبات على موقع تويتر

دراسة هيلين لوغران و كارلى ملر (Loughran, Helen, Miller, Carly, 2012) حيث تعرض الدراسة التجربة الشخصية الخاصة بمكتبة جامعة (Leeds Metropolitan University) ودور تويتر في ربط المتابعين للمكتبة الجامعية، وكيف كان المهم للمتابعين متابعة الأخبار الجديدة والأحداث الواردة لهم من حين لآخر، كما هدفت الدراسة إلى تعلم المكتبات الابتكار في تويتر وفي إدارة المحتوى الرقمي مع تنوع الأحداث والموضوعات، فعلى الرغم من وجود حسابات خاصة للجامعة والكليات والأقسام العلمية بالجامعة على تويتر إلا أن هذا لا يمنع في الاستقلال بحساب منفرد لمكتبة الجامعة، وخرجت الدراسة بمجموعة من المبادئ الأساسية للاستخدام الفعال لتويتر لمكتبات الجامعة ومنها الردود السريعة على المتابعين في الاستفسارات الواردة منهم والتنسيق بشكل كامل من حيث التخطيط وآلية التسويق للمعلومات بصورة جذابة والعمل أثناء فترة الدوام ومتابعة التغذية الراجعة ودراسة التحسينات على تويتر باستمرار لتحقيق الاستفادة القصوى وتحديد فريق عمل لوضع تغريدات حتى أثناء العطلات الأسبوعية وكذلك إعداد فريق عمل للدعم الفني وعمل دليل للمبادئ الأساسية لآلية العمل على تويتر بمكتبة الجامعة تحتوى على قائمة الموضوعات التى تتناولها المكتبة في حالة عدم وجود أحداث متخصصة لإعلام المتابعين بها ووضع تغريدة يومياً على الأقل.^(٣٧)



دراسة روبن سيول (R. Sewell, 2012) حول

خصائص المتابعين لتغريدات المكتبات على صفحات تويتر لمكتبة (Sterling Evans) المتخصصة في العلوم الطبية في مدينة تكساس الأمريكية، وهدفت الدراسة إلى الوصول لطبيعة المتابعين وتخصصاتهم، حيث بينت أن أغلبية المتابعين لتلك التغريدات هم مؤهلين من خريجي الجامعات، وتم جمع المعلومات عن كل مستخدم من خلال صفحة المكتبة في تويتر والوصول لكل مستخدم على حدة مع التغريدات الخاصة بهم على صفحاتهم سواء كانت حساباتهم نشطة ومستخدمة بشكل مستمر أو غير ذلك، وكان إجمالي المتابعين للمكتبة (٤٣٢) متابع، وأهم نتائج الدراسة هي أن (٥٤,٣٧ %) كانوا من متابعين جامعة تكساس، حيث بلغ النسبة الأكبر من الطلاب (٢٣,٦١ %) منهم (٨١,٠٥ %) من الطلاب الجامعيين، وكانت هناك نسبة منخفضة من المتابعين لصفحة المكتبة على تويتر من أعضاء هيئة التدريس والعاملين بالجامعة بنسبة (٥٧,٦٤ %)، وهناك مستخدمين تابعين لمؤسسات مختلفة بنسبة (١٩,٦٨ %) وكان خريجي الجامعات (١١,٥٧ %)، بينما كانت هناك نسبة للمتابعين من المكتبات الأخرى وأخصائيو المكتبات حيث بلغت (٥٧,٦٤ %)، وتعتبر تلك الدراسة من أولى الدراسات المهمة بفئات وتخصصات المتابعين للمكتبات.^(٢٨)

التعليق على الدراسات السابقة:

اثبتت الدراسات السابقة أن المكتبات أصبحت الآن تستخدم الشبكات الاجتماعية بصورة عامة وتويتر بشكل خاص في احاطة المستفيدين بالمستجدات والأحداث الجارية ومتابعة الأخبار والتحليلات، حيث تنوعت الدراسات السابقة إلى ثلاث فئات السابق عرضها. وعليه فإن الدراسات السابقة عالجت قضايا متنوعة من حيث المحتوى والمنهجية والتحليل، أما الدراسة الحالية فقد بُنيت على الدراسة العربية الأولى التي تدرس وتحلل طبيعة واقع استخدام تويتر في المكتبات الجامعية العربية والوقوف على الوعي المعلوماتي لتلك



المكتبات في إدارة تويتر وفقاً لخطة استراتيجية واضحة ومكتوبة لاختصاصيو المكتبات، وبالتالي يمكت القول بأن هذه الدراسة جاءت لتحاول أن تسد فراغاً في المكتبة العربية ولوضع معايير مقترحة تساعد على وضع المبادئ الارشادية للمكتبات الجامعية في إدارة موقع تويتر بأسلوب علمي منهجي.

رابعاً: نتائج الدراسة ومناقشتها:

من خلال مراجعة وفحص صفحات المكتبات الجامعية على موقع تويتر والتي تمثل مجتمع الدراسة تمكن الباحث من رصد العديد من المعلومات التالية عن كل مكتبة وعن طبيعة وواقع استخدامها لموقع تويتر على النحو التالي:

١/٤ علاقة موقع تويتر بالفيس بوك

جدول (٤) العلاقة بين المتابعين لتويتر والفيس بوك للمكتبات الجامعية

م	المكتبات الجامعية	عدد المتابعين في تويتر	عدد المعجبين على الفيس بوك	أعداد معدل الفروق	الاعلى متابعة
١	جامعة أم القرى :مكتبة الملك عبد الله	٤٨٠٥	٧٩٢٣	٣١١٨	الفيس بوك
٢	الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة: عمادة شؤون المكتبات	١٩٥	-	١٩٥	تويتر
٣	جامعة الملك سعود: عمادة شؤون المكتبات	١٢٢٣	١٧٥	١٠٤٨	تويتر
٤	جامعة الملك عبدالعزيز: عمادة شؤون المكتبات	٩١١	٤٣٩٦	٣٤٨٥	الفيس بوك
٥	جامعة الملك فهد للبترول والمعادن: عمادة شؤون المكتبات	٣٥٠	١٩٦	١٥٤	تويتر
٦	جامعة طيبة: عمادة شؤون المكتبات	١٣٤٧	-	١٣٤٧	تويتر



٧	جامعة جازان: عمادة شؤون المكتبات	٤	٨٣	٧٩	الفييس بوك
٨	جامعة الجوف: عمادة شؤون المكتبات	١٢٢	٩٦	٢٦	تويتر
٩	جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن: عمادة شؤون المكتبات	٨٥١	-	٨٥١	تويتر
١٠	جامعة سلمان بن عبد العزيز. بالخرج: عمادة شؤون المكتبات	٧٧	١٥٤	٧٧	الفييس بوك
١١	جامعة شقراء: عمادة شؤون المكتبات	٢٠٥	-	٢٠٥	تويتر
١٢	جامعة المجمعة: عمادة شؤون المكتبات	١١٢٩	٣٩	١٠٩٠	تويتر
١٣	المكتبة الرقمية السعودية	١٤١٠٠	٦٥٩٠	٧٥١٠	تويتر
١٤	جامعة القاهرة: المكتبة المركزية	٢٢٨	٥٤٨٠٣	٥٤٠٧٥	الفييس بوك
١٥	جامعة السلطان قابوس: المكتبة الرئيسية	٤٧٥	١٦١١	١١٣٦	الفييس بوك
١٦	جامعة قطر: مكتبة جامعة قطر	٢٠٦٥	٢٢٤١	١٧٦	تويتر
١٧	جامعة اليرموك: مكتبة جامعة اليرموك	٣٠٤	٢٠٤٠	١٧٣٦	الفييس بوك

بدأت معظم الشبكات الاجتماعية على أنها مواقع ترفيهية بين الأصدقاء أو بين أصحاب المهنة أو التخصص الواحد وما إلى ذلك، ولكن سرعان ما تغير هذا التوجه والفكر ليضم إلى جانب ذلك توظيف تلك الشبكات في عمليات البحث العلمي والتعليم والتدريس والإدارة الخ، وكان أخصائيو المكتبات لهم نصيب في هذا التحول المهني في استخدام وظائف الشبكات الاجتماعية وخاصة الفيس بوك وتويتر على اعتبار أنهما أدوات قوية للعمل في خدمات المكتبات والمعلومات بالنسبة للمكتبات، عن طريق سرعة ونقل ومشاركة المعلومات بين المكتبة والمستفيد بشكل تبادلي على حسب طبيعة كل موقع وخصائصه.^(٢٩)



ومن الاسباب التي دعت الباحث التطرق إلى موقع الفيس بوك في المكتبات الجامعية لتوضيح مدى الفروق بينهما من حيث أعداد المتابعين في تويتر والمعجبين في الفيس بوك والخروج ببعض المؤشرات التي يمكن درستها في بحوث مستقبلية بشأن تحليل المحتوى أو تحليل المعجبين وما إلى ذلك حيث أسفر جدول رقم (٤) إلى تفوق موقع تويتر بالمقارنة بالفيس بوك سواء بالنسبة لأعداد المتابعين أو اشتراك المكتبات الجامعية به وذلك في تسع مكتبات بنسبة ٥٣% من إجمالي مكتبات الدراسة.

ويوضح الجدول رقم (٤) عن نتائج المتابعين والمعجبين لمكتبات مجتمع الدراسة لموقع تويتر والفيس بوك فيما يتعلق بالصفحات الرسمية الصادرة من إدارة المكتبات نفسها، حيث تبين أن هناك أربع مكتبات بنسبة ٢٣,٥% لم يتم تفعيل صفحات لها على الفيس بوك وانما اعتمدت فقط على تويتر وهي مكتبات الجامعة الإسلامية وجامعة طيبة وجامعة الاميرة نورة وجامعة شقراء، كما اتضح أن عشرة مكتبات حصل تويتر على نسبة أعلى بها في أعداد المتابعين من أعداد المعجبين في صفحات الفيس بوك بنسبة ٥٨,٨%، بينما حصل الفيس بوك على سبعة مكتبات بنسبة ٤١,٢% وكانت المكتبة المركزية على قمة الترتيب في عدد المعجبين بها على الفيس بوك بعدد كبير (٥٤٠٧٥)، يليها المكتبة الرقمية السعودية وبفارق (٤٦٥٦٥) معجبين، يليها في المرتبة الثالثة مكتبة جامعة الملك عبد العزيز بعدد (٣٤٨٥) معجبين.

وتبين للباحث من خلال الدراسة بان هناك أوجه اختلاف بين الفيس بوك وتويتر واضحة من حيث المحتوى والتنظيم، فتويتر يحتوي على خدمات إعلامية اخبارية سريعة لاحاطة المتابعين له بمجريات الأحداث من خلال التغريدات التي لا تزيد عن ١٤٠ حرف على الأكثر، وبالتالي فهو مختصر ومفيد للمتابعين له ولا يشترط الصداقة للمتابعين على الاطلاق فالدخول مباشر إلى صفحات تويتر لأنه شبكة عامة للجميع دون شروط محدده بعكس الفيس بوك فهو يحتاج إلى شروط للصداقة أو قيود معينة لرؤية المشاركات بعكس تويتر.

وبناء على ما سبق لم يتضح للباحث ظهور أو توافر مقومات تستخدمها المكتبات الجامعية محل الدراسة في موقع تويتر أو حتى الفيس بوك وفقاً لخطة عمل مكتوبة بهذا الشأن، حيث لم يصدر عن تلك المكتبات سياسات أو لوائح ورقية أو الكترونية منشورة على مواقعها لتبين ان هناك نظم متبعة وبالتالي تبين أن هناك عدم وعى في استغلال موقع تويتر في استخدامه في خدمات الاحاطة الجارية وعدم محاولة تلك المكتبات لعمل دراسات علمية لتحليل محتوى التغريدات الصادر منها أو المتابعين او دراسة نوعية وفئات المتابعين للخروج بنتائج تساعد على تقديم خدمات أفضل للمستفيدين.

٢/٤ أعداد المتابعين والتابعين

يتضح من الجدول رقم (٥) أن عدد المتابعين التي تتبعهم المكتبات محل الدراسة تتفاوت على حسب التفاعل ودور تلك المكتبات في جذب المستفيدين من متابعيهم من خلال لفت أنظارهم والتحديثات المستمرة للتغريدات الصادرة عنها، وكانت المكتبة الرقمية السعودية هي الأولى من حيث عدد المتابعين يليها مكتبة الملك عبد الله بجامعة أم القرى في الترتيب الثاني وبفارق (٩٢٩٥) متابع وفي المرتبة الثالثة مكتبة جامعة قطر وبفارق (٢٠٦٥) عن سابقتها، وفي المقابل يأتي في المرتبة الأخيرة مكتبة جامعة جازان بعدد (٤) متابعين فقط بسبب عدم تفاعل المكتبة على الاطلاق منذ الاشتراك لها على موقع تويتر، ويتضح من ذلك أن الأمر يتوقف على نشاط المكتبة ودورها في جذب متابعيها فضلاً عن اتباع طرق وأساليب التسويق في مختلف الفاعليات التي تقوم بها المكتبة، كما أسفر الجدول على أن عدد التابعين للمكتبة بناء على رغبتها في تتبع جهات أو أفراد محددين لها فجاءت مكتبة جامعة الجوف تتابع (٢٣٤) وبفارق اكبر من عدد المتابعين لها لعدد (١٢٢) متابع مما يبين عشوائية العمل في إدارة موقع تويتر بالمكتبة، ويليه مكتبة جامعة قطر بعدد تابعين للمكتبة (١١٢) تابع اختارتهم المكتبة لها، وفي المرتبة الثالثة مكتبة جامعة الاميرة نورة بعدد (١٠٢) تابع



للمكتبة، كما أن هناك اربع مكتبات لم تتابع اية جهة أو فرد لديها بنسبة ٢٣.٥% من إجمالي مكتبات الدراسة.

ويرى الباحث بناء على البحث والاطلاع في مواقع تويتر للمكتبات الجامعية محل الدراسة اختلاف في الرؤى والتوجهات لسياسة المكتبات التي تتابع جهات أو أفراد على النحو التالي:

جدول (٥) أعداد المتابعين والتابعين لمكتبات الدراسة على تويتر

م	المكتبات الجامعية	عدد التابعين	عدد المتابعين	الترتيب التنازلي
١.	جامعة أم القرى :مكتبة الملك عبد الله	٦٢	٤٨٠٥	٢
٢.	الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة: عمادة شؤون المكتبات	-	١٩٥	١٤
٣.	جامعة الملك سعود: عمادة شؤون المكتبات	١٦	١٢٢٣	٥
٤.	جامعة الملك عبدالعزيز: عمادة شؤون المكتبات	٢٩	٩١١	٧
٥.	جامعة الملك فهد للبترول والمعادن: عمادة شؤون المكتبات	٤٥	٣٥٠	١٠
٦.	جامعة طيبة: عمادة شؤون المكتبات	-	١٣٤٧	٤
٧.	جامعة جازان: عمادة شؤون المكتبات	٢	٤	١٧
٨.	جامعة الجوف: عمادة شؤون المكتبات	٢٣٤	١٢٢	١٥
٩.	جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن: عمادة شؤون المكتبات	١٠٢	٨٥١	٨
١٠.	جامعة سلمان بن عبد العزيز. بالخرج: عمادة شؤون المكتبات	٤٢	٧٧	١٦



١١.	جامعة شقراء: عمادة شؤون المكتبات	٣٥	٢٠٥	١٣
١٢.	جامعة المجمعة: عمادة شؤون المكتبات	٢٦	١١٢٩	٦
١٣.	المكتبة الرقمية السعودية	٤٧	١٤١٠٠	١
١٤.	جامعة القاهرة: المكتبة المركزية	-	٢٢٨	١٢
١٥.	جامعة السلطان قابوس: المكتبة الرئيسية	-	٤٧٥	٩
١٦.	جامعة قطر: مكتبة جامعة قطر	١١٢	٢٠٦٥	٣
١٧.	جامعة اليرموك: مكتبة جامعة اليرموك	١٣	٣٠٤	١١

١- تتابع المكتبات جهات أو مؤسسات ذات الصلة المباشرة بالمؤسسة الأم التي تتبعها المكتبة ومنها الجامعة أو الجهة المشرفة على المكتبة أو الوزارات مثل وزارة التعليم العالي في المكتبات الجامعية أو وزارة البحث العلمي أو وزارة الثقافة أو الناشرين المحليين أو الدوليين مثل IGI Global ، ProQuest ، McGraw-Hill Medical مثل المكتبة الرقمية السعودية ومكتبة الملك سعود ومكتبة جامعة الاميرة نورة ومكتبة جامعة الملك فهد للبترول والمعادن ومكتبة الملك عبد الله بجامعة أم القرى.

٢- تتابع المكتبات أفراد أو شخصيات ذات علاقة بالمكتبة مثل عمداء شؤون المكتبات أو الوكلاء أو المديرين للمكتبة أو الوزراء ذات العلاقة بالمؤسسة الأم للجامعة، ففى هذا الأمر تكون المكتبة على دراية مستمرة بالجهات أو الأفراد ذات الصلة وتربط تلك الامور بعلاقاتها بالمكتبة اذا كان هناك موضوعات تسمح بذلك مثل مكتبة جامعة الامير سلمان بن عبد العزيز.

٣- تتابع مكتبات الدارسة المكتبات المتميزة عالمياً مثل مكتبة الكونجرس او المكتبات الوطنية على المستوى الوطنى أو الدولى



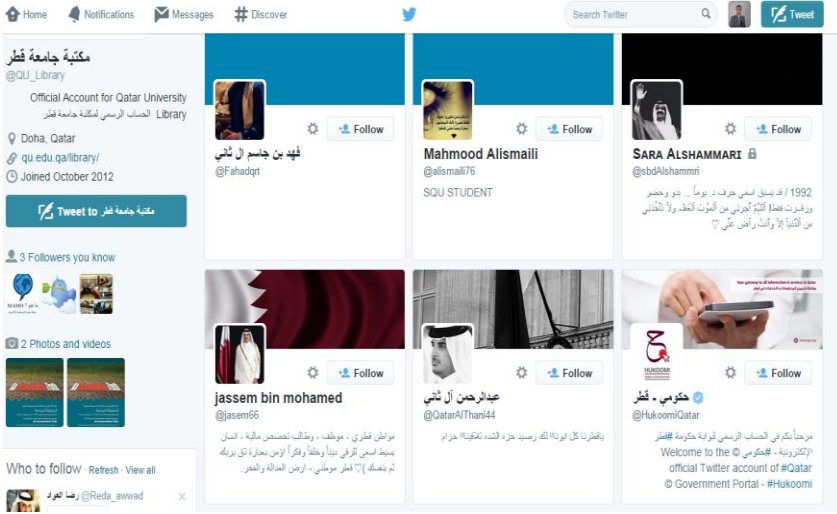
للمقارنات المعيارية (Benchmarking) بهدف التحسين من خلال التعلم من المكتبات المماثلة، ومن المفترض أن تقوم مكتبات الدراسة حال كونها تستفيد منها ولديها الرغبة في التحسين المستمر مقارنة بمثيلاتها في التخصص مثل ما جاء في مكتبة الملك سعود والمكتبة الرقمية السعودية.

٤- تتابع مكتبات الدراسة المكتبات الجامعية الأخرى المماثلة بصرف النظر عن كونها متميزة أو غير ذلك ولكن على أساس صفحات ذات صلة أو ذات علاقة مثل مكتبة جامعة الأميرة نورة.

٥- تتابع المكتبات الجهات أو الأفراد المشهورين في المكتبات سواء على مستوى الجامعة الأم أو على مستوى الدولة مثل مكتبات جامعة قطر وجامعة اليرموك وجامعة الجوف، كما في الشكل رقم (٢).

٦- تتابع المكتبة أشخاص أو جهات بصورة لا تعتمد على توجهات أو سياسة واضحة ذات مفهوم إداري أو موضوعي ربما يستفيد منها المكتبة أو المتابعين لها بصورة حقيقية مثل مكتبة جامعة الجوف.

ووبناء على ذلك يقترح الباحث وجود آلية واضحة مكتوبة لسياسة اختيار التابعين للمكتبة الجامعية ضمن المعايير المقترحة بالدراسة، وهذا الأمر يجعل كثير من المكتبات الجامعية أن تعيد النظر في النظم والسياسات التي تتخذها في الاشتراك في تويتر وبالتالي يكون هناك موضوعية وسياسة ثابتة لكافة الأشخاص المكلفين بإدارة صفحات تويتر بالمكتبات الجامعية.



الشكل (٢) التابعين لمكتبة جامعة قطر

٣/٤ متوسط تغريدات مكتبات الدراسة:

جدول (٦) متوسط التغريدات واعادتها سنوياً لمكتبات الدراسة على تويتر

م	المكتبات الجامعية	عدد التغريدات Tweet Retweet	عدد الصور والفيديو	آخر تاريخ تفاعلي	الانشاء	متوسط التغريدات في العام
١	جامعة أم القرى :مكتبة الملك عبد الله	٢٣٩	٢١	٢٠١٤/١٠/٢٣	٢٠٠٩	٤٠
٢	الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة: عمادة شؤون المكتبات	٢٢	١١	٢٠١٤/١١/٢	-	-
٣	جامعة الملك سعود: عمادة شؤون المكتبات	٢٣٩	٤٠	٢٠١٤/١١/٢٥	٢٠١١	٦٠
٤	جامعة الملك عبدالعزيز: عمادة شؤون المكتبات	١٦٧	-	٢٠١٤/٥/١١	٢٠١١	٤٢
٥	جامعة الملك فهد للبترول والمعادن: عمادة شؤون المكتبات	٣١	-	٢٠١٤/١٠/٢٦	٢٠١٢	١٠
٦	جامعة طيبة: عمادة شؤون المكتبات	١٢١	٥	٢٠١٤/١١/٥	٢٠١٢	٤٠



٧	جامعة جازان: عمادة شؤون المكتبات	٩	-	٢٠١٤/٩/٦	٢٠١٢	٣
٨	جامعة الجوف: عمادة شؤون المكتبات	٨٤	٣	٢٠١٤/٦/٥	-	-
٩	جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن: عمادة شؤون المكتبات	٢١٨	٩	٢٠١٤/١١/٢٥	-	-
١٠	جامعة سلمان بن عبد العزيز. بالخرج: عمادة شؤون المكتبات	٣٨	٢٤	٢٠١٤/١١/١٩	-	-
١١	جامعة شقراء: عمادة شؤون المكتبات	٦٠	٣٥	٢٠١٤/١١/٢٥	-	-
١٢	جامعة المجمعة: عمادة شؤون المكتبات	٢٧٠	١٢	٢٠١٤/١١/٥	٢٠١٢	٩٠
١٣	المكتبة الرقمية السعودية	٤٤٥١	٥٤٤	٢٠١٤/١١/٢٥	٢٠١١	١١١٣
١٤	جامعة القاهرة: المكتبة المركزية	٥	٥	٢٠١١/٤/٢	-	-
١٥	جامعة السلطان قابوس: المكتبة الرئيسية	٤٤٦	١٧٨	٢٠١٤/١١/٢٥	-	-
١٦	جامعة قطر: مكتبة جامعة قطر	٨٢	٢	٢٠١٣/٦/٨	٢٠١٢	٢٧
١٧	جامعة اليرموك: مكتبة جامعة اليرموك	٢٩	١	٢٠١٣/١٢/٢٦	-	-

يبين الجدول رقم (٦) حركة التفاعل للمكتبات محل الدراسة لحجم التغريدات الصادرة عنها أو إعادة التغريدات (retweet) والمتوسط الحسابي لعدد التغريدات من خلال حساب إجمالي عدد التغريدات للمكتبة مقسمة على عدد سنوات اشتراك المكتبة في موقع تويتر فيكون المتوسط الحسابي هو عدد التغريدات السنوية بالنسبة للمكتبات التي يتضح منها تاريخ الاشتراك في تويتر، حيث أوضحت النتيجة أن المكتبة الرقمية السعودية هي الحاصلة على المرتبة الأولى في عدد التغريدات وادارج الصور ومقاطع الفيديو وبفارق كبير عن باقي المكتبات محل الدراسة، ويرى الباحث لابد من أن يكون للمكتبة على اقل تقدير تغريدة واحدة في عمل كحد ادنى حتى تكون المكتبة حريصة على جذب المتابعين لها بشكل دائم، فاذا قلت عدد التغريدات عن



تغريدة واحدة يوميا على الأقل سوف يذهب المتابعين إلى مكتبات أخرى أكثر ثراء واحتياج علمي لهم وهذا يعطى انطباع سلبي للمكتبة، فالأحداث والأخبار ذات العلاقة مثل حدث أو خبر أو اعلان أو معلومة مرتبطة بالتخصص متوافرة وبكثرة وتندرج تحت اطار الإحاطة الجارية بالمعلومات وخدمات المعلومات على المستوى المحلى أو الوطنى أو الاقليمى أو الدولى.

كما اسفر الجدول رقم (٦) عن تنشيط بعض الصفحات خلال فترة عمل تلك الدراسة بداية من شهر سبتمبر إلى نوفمبر ٢٠١٤، ويرجع الباحث هذا إلى توافر بعض الفعاليات والانشطة والأخبار التقليدية في بداية العام الدراسى الأول للجامعة، حيث تبين أن اربعة عشر مكتبة بنسبة ٨٢,٤% من إجمالي المكتبات المدورسة لديها تغريدات في عام ٢٠١٤ مع اختلاف عددها، وعدد ثلاثة مكتبات بنسبة ١٧,٦% من إجمالي المكتبات ليس لديها تغريدات في عام ٢٠١٤ لتوقعها بشكل كامل عن التفاعل على الرغم من كون تلك الحسابات أو الصفحات رسمية تابعة للمكتبة وهم المكتبة المركزية لجامعة القاهرة كانت آخر تغريده لها في ابريل ٢٠١١ ومكتبة جامعة قطر في يونيو ٢٠١٣ ومكتبة جامعة اليرموك في ديسمبر ٢٠١٣.

٤/٤ انواع خدمات الاحاطة الجارية المقدمة

يرى الباحث أن موقع تويتر يستطيع أن يخص المكتبات الجامعية فيما يتعلق بخدمات الإحاطة الجارية للمعلومات من خلال الأشكال المذكورة بالشكل رقم (٣)، ووفقاً لما جاء بالجدول رقم (٧) حيث تبين وجود ارتباط وثيق الصلة بين خدمات الإحاطة الجارية بأشكالها المختلفة وتويتر سهولة إعلام المستفيدين من المكتبات الجامعية بإتاحة الموضوعات والعناوين الرئيسية مع إمكانية إضافة روابط (Links) مناسبة للإحالة إلى الموضوع بشكل كامل لمن يرغب فى الاطلاع على الموضوع وفقاً للأشكال التالية:



١. **النشرة الإعلامية الالكترونية:** التي تشمل الأحداث والأخبار ذات العلاقة بالمكتبات أو خدمات المعلومات التي ذات الأهمية المهنية أو الفنية أو التجارية أو المؤتمرات واللقاءات المرتقبة وغيرها من الأحداث.
٢. **الإخطارات اليومية:** وتعنى القرارات أو التعاميم أو الموضوعات اليومية على مستوى المكتبة أو الجامعة وذات علاقة بالباحثين أو المتابعين لحساب المكتبة على تويتر.
٣. **مصادر المعلومات الجديدة:** وتعنى مصادر المعلومات الواردة حديثاً كل أسبوع أو كل شهر على أن يتم تصوير الغلاف بصيغة الصور حتى يمكن أن تدرج كمرفق مع التغريدة.
٤. **قوائم محتويات مصادر المعلومات:** وتعنى تصوير ونشر قوائم محتويات مصادر المعلومات الواردة حديثاً من دوريات ورقية و/أو الكترونية وأفلام وثائقية على أسطوانات مليزرة... الخ.
٥. **عروض مصادر المعلومات:** سواء الاشتراك في قواعد المعلومات بالمكتبة على مستوى الجامعة أو عمل مستخلصات لبحاث أو كتب أو رسائل أو مراجعات علمية لاسطوانات CD أو أفلام تعليمية أو دراسية.
٦. **التعريف بمناسبات الجامعة أو المؤسسة الأم:** لربط المكتبة الجامعية بأخبار الجامعة ذات العلاقة بأمور البحث العلمى أو بالمشروعات الرقمية الجارية ليتم إخطار المتابعين لحساب المكتبة على تويتر بتلك المشروعات الرقمية الجديدة سواء على نطاق البحوث أو المشروعات الرقمية سواء إنشاء مكتبة رقمية أو أرشفة الكترونية أو بحوث مدعومة أو مبادرات رقمية ومتابعة أخبارها بصورة مستمرة.
٧. **أخبار متنوعة عامة:** وذلك في إطار ان المكتبة تساعد في خدمة المجتمع والبيئة المحيطة يمكن ان تكون ذات علاقة بالأخبار المتخصصة بالمكتبات والمعلومات مثل الاعلان عن مؤتمرات دولية أو عربية أو ورش عمل.

وتساعد طبيعة موقع تويتر بشكل كبير على نشر كافة الأخبار المرتبطة بالمكتبة عن طريق الرسائل القصيرة التي تخبر الناس عن أحداث (events) مثل القراءات والمحاضرات ومبيعات الكتب والمصادر المتاحة حديثاً أو أى تغيير في ساعات عمل المكتبة خلال العطلات الرسمية، كما يمكن ربط مدخلات تويتر بالقصص الأخبارية ذات الاهتمام حول تشجيع القراءة^(٢٠)، أو إمكانية التوعية والارشاد بالاطلاع على المدونات الخارجية التي تحتوى على الكتب القيمة والقراءات ذات العلاقة بالبحث العلمى أو الارشاد الاكاديمى بقراءة كتب موصى بها لمرحلة دراسية أو عمرية محددة^(٢١) ويمكن ربط هذه المدخلات على موقع المكتبة على شبكة الانترنت والتدوين للحصول على مزيد من المعلومات المتعمقة، مع إمكانية إضافة الصور أو مقاطع الفيديو المرتبطة بالموضوع ذو العلاقة بالتغريدات.



شكل (٣) أشكال خدمات الإحاطة الجارية الرئيسية في موقع تويتر لمكتبات الجامعة

وبعد اطلاع الباحث على طبيعة المعلومات المتاحة في صفحات مكتبات الدراسة يوضح الجدول رقم (٧) والمتمثلة في خدمات الإحاطة الجارية، حيث تبين التفاوت بين تلك المكتبات فكانت خدمة النشرة الإعلامية الالكترونية متوفرة في كافة المكتبات، يليها خدمة الأخبار العامة المتنوعة حيث توافرت في (١٥) مكتبة بنسبة ٨٨,٢%، وجاء في



المرتبة الثالثة التعريف بمناسبات مرتبطة باخبار الجامعة المؤسسة الأم أو الوزارة مع مصادر المعلومات الجديدة بالتساوى كما في المكتبة الرقمية السعودية ومكتبة جامعة شقراء كما جاء في الشكل رقم (٤) ، (٥) ، وذلك في ثمان مكتبات بنسبة ٤٧,١% ، وفي المرتبة الرابعة والاخيرة جاءت باقى انواع الخدمات بنسبة ١٧,٦%.



الشكل (٤) مكتبة جامعة شقراء في عرض للمصادر الحديثة لديها

جدول (٧) طبيعة المعلومات المتاحة لمكتبات الدراسة على تويتر

م	المكتبات الجامعية	النشرة الإلكترونية	الإخطارات اليومية	مصادر المعلومات الجديدة	مصادر المعلومات	قوائم محتويات	عروض لمصادر المعلومات	التعريف بمناسبات الجامعة	أخبار متنوعة عامة للمكتبات	عدد الخدمات
١	جامعة أم القرى مكتبة الملك عبد الله	✓	×	✓	✓	✓	×	✓	✓	٥
٢	الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة: عمادة شؤون المكتبات	✓	×	×	×	×	×	×	×	١
٣	جامعة الملك سعود: عمادة شؤون المكتبات	✓	×	✓	×	×	✓	✓	✓	٥
٤	جامعة الملك عبدالعزيز: شؤون المكتبات	✓	×	×	×	×	×	✓	✓	٣
٥	جامعة الملك فهد للبتترول والمعادن: عمادة شؤون	✓	×	✓	×	×	×	✓	✓	٤



المكتبات								
٦	جامعة طيبة: عمادة شؤون المكتبات	✓	×	×	×	×	×	✓
٧	جامعة جازان: عمادة شؤون المكتبات	✓	×	×	×	×	×	×
٨	جامعة الجوف: عمادة شؤون المكتبات	✓	×	×	×	×	×	×
٩	جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن: عمادة شؤون المكتبات	✓	×	✓	✓	×	×	×
١٠	جامعة سلمان بن عبد العزيز. بالخرج: عمادة شؤون المكتبات	✓	×	×	×	×	×	×
١١	جامعة شقراء: عمادة شؤون المكتبات	✓	✓	×	×	✓	×	×
١٢	جامعة المجمعة: عمادة شؤون المكتبات	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
١٣	المكتبة الرقمية السعودية	✓	✓	×	×	✓	✓	✓
١٤	جامعة القاهرة: المكتبة المركزية	×	×	×	×	×	×	×
١٥	جامعة السلطان قابوس: المكتبة الرئيسية	✓	✓	×	×	×	✓	✓
١٦	جامعة قطر: مكتبة جامعة قطر	✓	×	×	×	✓	×	×
١٧	جامعة اليرموك: مكتبة جامعة اليرموك	✓	×	×	×	×	×	×
	إجمالي الخدمات	١٧	٣	٨	٣	٣	٨	١٥

وكانت أعلى المكتبات في توافر أنواع خدمات الإحاطة الجارية على تويتر من نصيب مكتبة جامعة المجمعة والمكتبة الرقمية السعودية بعدد (٦) خدمات، وفي المرتبة الثانية جاءت مكتبات جامعات أم القرى والملك سعود والأميرة نورة بعدد (٥) خدمات توافرت على صفحات تويتر لديها، وفي المرتبة الثالثة كانت من نصيب مكتبة



جامعة الملك فهد للبترول والمعادن ومكتبة جامعة السلطان قابوس بعدد (٤) خدمات متاحة.

وأضافت مكتبة جامعة طيبة أن المكتبة تتواصل مع المستفيدين منها عبر تويتر من خلال التواصل معهم برسائل خاصة للبعض منهم من المهتمين والإعلان لهم عن المناسبات الهامة والمرتبطة بالمكتبة أو التطورات الرقمية للمكتبة فيما يسمى بالث الانتقائي للمعلومات ويمكن أيضا ارسال رسائل قصيرة لهم بالهواتف المحمولة SMS أو البريد الالكتروني.



الشكل (٥) المكتبة الرقمية السعودية في إتاحة المعلومات من أخبار واطافات جديدة

سادساً: النظرة الاستشرافية المستقبلية وملخص النتائج:

من خلال الدراسة يرى الباحث أن موقع تويتر يضم بين طياته الكثير لخدمة تخصص المكتبات والمعلومات، وهو أقرب المواقع الاجتماعية التي تساعد المكتبات على دراسة احتياجات مستفيديها والتقرب منهم وتلبية احتياجاتهم الفعلية، فهو يساعدهم على نشر أخبار المكتبات والاعلان عن مصادر المعلومات الواردة حديثا لها أو نشر قوائم الدوريات والمشاركة في الأنشطة المجتمعية باتاحة الروابط والصور ومقاطع الفيديو المناسبة لهذا الغرض، وليس المهم



هو الحصول على أكبر عدد ممكن من المتابعين للمكتبة ولكن الأهم من ذلك هو المحافظة عليهم من خلال تقديم محتوى جيد لهم، فالمتابعين الجيدين المتفاعلين هم الهدف الأهم، ومن خلالهم تجد المكتبات من يساعدها في الانتشار في حال تقديم الجديد والجيد وما يلبي احتياجاتهم العلمية وتقديم خدمات الإحاطة الجارية، كل هذا لا يأتي الا من خلال ايمان قوى من العاملين بالمكتبات بأهمية هذا الدور الذي تلعبه في جذب متابعين أو ما يسمى المستفيدين اصطلاحاً في علم المكتبات والمعلومات.

ويمكن للمتابعين للمكتبة أن يلعبو دوراً محورياً تجاه المكتبة في حال وجود وتوافر المحتوى المناسب لهم بشكل مستمر، وبالتالي يستطيع المتابعين أن يقوموا بالرد (Reply) على التغريدات بشكل مباشر في حالة الاستفسار أو إعادة التغريدة مرة أخرى (Retweets or RTs) أو عمل تفضيلات للتغريدة للرجوع اليها لاحقاً، كما يمكن للمتابعين استعراضها، فهذا يساعد بصورة أو باخرى على نشر المحتوى وزيادة فترة حياة التغريدة وبالتالي زيادة وصولها لمستخدمين آخرين أكثر.

فالالتزام ووجود معايير تساعد المكتبات على بناء الثقة بينها وبين المستفيدين منها، ويمكن أن تقوم المكتبات بتوفير بعض المعلومات والأخبار الترفيهية والمسلية بهدف الخروج من الاطار العلمى في بعض الاحيان لان الأمر مشاركة اجتماعية فربما يكون التواصل يحتاج إلى تلك الفكاهات بين الحين والآخر.

واستخدام المكتبات أثناء التغريدات وسم (الهاشتاج #) (Hash Tag) يساعد على التفاعل أكثر مع المتابعين لنفس الكلمات المفتاحية ذات العلاقة بالموضوع، مع ضرورة شكر المتابعين على المتابعة والتفاعل مع المكتبة يجعلهم يشعروا بالانتماء لكونهم اصدقاء للمكتبة.^(٣) وليبقى المتابعين على اطلاع مستمر على ما يتكلم عنه الناس في تويتر ومن خلال أفق واسع لا يكاد يصدق عقل يتطلب فقط

الاشتراك مع شخص بعينه أو تتبع وسم محدد ذو اهتمام من المتابعين أو اتجاه فكري وعلمي محدد أو كلمات مفتاحية يمكنها أن تفتح نافذة مجانية وحررة وبسيطة على العالم بأسره.^(٣)

وهناك خمسة مبررات لاستخدام المكتبات الجامعية تويتر وهى:^(٤)

١- يساعد تويتر الطلاب على التعرف على النطاق العام لانشطة وأخبار المكتبة والوصول اليهم في أماكن سكنهم.

٢- أن تكون آلية التواصل الاجتماعي ملائمة ومتوافقة مع الاستراتيجية الخاصة بالجامعة وجعلها آلية للتواصل مع الطلاب وخاصة تويتر.

٣- تساعد تويتر في الاعلان للمتابعين عن خدماته المكتبة الجامعية بطرق غير رسمية من خلال نصائح وارشادات للطلاب.

٤- توفر آلية عمل لجمع ردود الفعل من الطلاب أو اصحاب المصلحة من المكتبة الجامعية وقياس مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم.

٥- استخدام الادارات الأخرى لتويتر المكتبة الجامعية يدعمها بشكل قوى بمتابعين جدد للتواصل مع الطلاب.

وأخيراً يمكن القول بان هناك نتائج هامة استطاعت الدراسة التوصل اليها بالإضافة الى الاجابة على التساؤلات المطروحة بالدراسة كما يلي:

- وجود علاقة قوية بين استخدام موقع تويتر وخدمات الاحاطة الجارية بالمكتبات متمثلة فى عرض إعلامى لكافة الانشطة والخدمات والأخبار التى يستطيع تقديمها من خلال استخدام موقع تويتر بالمكتبات الجامعية.

- عدم توافر مقومات استخدام موقع تويتر في المكتبات الجامعية العربية محل الدراسة على اعتباره من خدمات الإحاطة الجارية تقوم على اساسها لآليه عمل واضحة.



- تنوع الانتاج الفكرى الاجنبى فى دراسات موقع تويتر بالمكتبات على عكس الدراسات العربية التى عالجت فقط دور الشبكات الاجتماعية بصورة عامة والفيس بوك خاصة ولم تتناول تويتر فى المكتبات العربية.
- ضرورة مراعاة الفروق والاختلافات الجوهرية بين كل من الفيس بوك وتويتر على اعتبار أنها اشهر مواقع الشبكات الاجتماعية بين جمهور الناس، وقد بينت الدراسة وجود تفاوت ملحوظ فى مكتبات الدراسة بين استخدام الفيس بوك وتويتر، مع ملاحظة الباحث الخلط فى الاستخدام بناء على نوعية المشاركات والتعليقات الواردة فيهما. فكان موقع تويتر أوفر حظاً فى اشتراك مكتبات الدراسة عن موقع الفيس بوك بنسبة ٥٣% من اجمالى المكتبات.
- تفاوت أعداد المتابعين والتابعين لمكتبات الدراسة حيث اتضح عدم وجود دراسات تحلل فئات المتابعين للمكتبات ، كما بينت الدراسة عدم وجود آلية واضحة فى كيفية اختيار التابعين للمكتبات وأهمية هذا الدور فى بناء علاقات بين المتابعين للمكتبة أو الجهات أو الاشخاص التى تتبعهم المكتبة.
- بلغ متوسط تغريدات مكتبات الدراسة سنوياً لا يزيد عن (٩٠) تغريدة ماعدا المكتبة الرقمية السعودية بلغ متوسط التغريدات السنوية لها (١١١٣) تغريدة.
- تنوع انواع خدمات الاحاطة الجارية بين مكتبات الدراسة حيث استخدمت كل مكتبات الدراسة اتاحة الأخبار المتنوعة والعامة يليها الأخبار المتخصصة والمتمثلة فى النشرة الإعلامية الالكترونية ثم التعريفات بالمناسبات المرتبطة بانشطة وخدمات الجامعة، وهذا يدل على عدم وضوح المعايير والمبادئ العامة فى استخدام تويتر فى خدمات الاحاطة الجارية.



- عدم وجود معايير واضحة تستخدمها المكتبات الجامعية في موقع تويتر للاسترشاد بها عند الاشتراك وذلك لخدمة المستفيدين في إتاحة المعلومات عبر استخدامه وبالتالي سعت الدراسة إلى اقتراح معايير في السطور القادمة.

سادساً: معايير مقترحه لاستخدام موقع تويتر في المكتبات

الجامعية^(٣٠)

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من الأدوات القوية والهامة تجاه العديد من المؤسسات الربحية أو الخدمية أو التعليمية، والاستفادة من تلك الشبكات يساهم وبشدة في تكوين علاقات بين المؤسسات والمتعاملين معها، والمكتبات الجامعية إحدى تلك المؤسسات التعليمية والخدمية التي تسعى جاهدة في تكوين علاقات بين المستفيدين منها من طلاب وأعضاء هيئة التدريس وباحثين.

وتم إعداد هذه المعايير المقترحة لتكون أداة فاعلة تساعد العاملين في المكتبات الجامعية على استخدام موقع تويتر من خلال مبادئ توجيهية واضحة، لتوافر آلية عمل موحدة مع موقع تويتر بين المكتبات الجامعية العربية (المكتبات المركزية - مكتبات الكليات والمعاهد - مكتبات الأقسام العلمية) ولتجنب الارتباك والعشوائية في التشغيل بين مكتبة وأخرى والاستناد إلى أسلوب علمي موحد في إدارة حسابات تويتر التي تتحدث باسم المكتبة الجامعية.

عناصر المعايير المقترحة

١. الإطار العام للمعايير.
٢. أهداف المعايير.
٣. معايير إعداد دليل لإدارة حساب تويتر.
٤. معايير المعلومات الأساسية قبل فتح الحساب.
٥. معايير إجراءات فتح الحساب.



٦. معايير البيانات الأساسية لموقع المكتبة على تويتر.
٧. معايير إدارة المحتوى على تويتر.
٨. معايير أنواع المعلومات المتاحة.
٩. معايير خصائص خدمات تويتر بالمكتبة.
١٠. معايير الحسابات الشخصية للعاملين بالمكتبة على تويتر.
١١. المعايير العامة لحساب تويتر.

١. الإطار العام للمعايير:

- ١/١ ضرورة اطلاع إدارة المكتبات الجامعية على طبيعة وخصائص موقع تويتر وطرق الاستخدام والتعرف على المواقع المساندة التي تقوم على التفاعل مع تويتر في تقديم الخدمات المرتبطة بالموقع.
- ١/٢ اطلاع إدارة المكتبات الجامعية على الخطط الإستراتيجية للجامعة والكليات والمعاهد العلمية داخل الجامعة.
- ١/٣ قيام المكتبات الجامعية بإعداد خطة إستراتيجية مستقلة ووضع أهداف إستراتيجية مرتبطة بالتزام الإدارة العليا بإنشاء إدارة للموقع الإلكتروني وإدارة الشبكات الاجتماعية بالمكتبات.

٢. أهداف المعايير:

- ٢/١ وجود لغة مشتركة موحدة لجميع أنواع المكتبات الجامعية العربية في استخدام موقع تويتر.
- ٢/٢ توافر صوت إعلامي جديد لخدمات الإحاطة الجارية للمكتبات الجامعية ذو طبيعة اجتماعية.
- ٢/٣ خلق نوع من الشفافية في العمل بالمكتبات الجامعية بموقع تويتر.
- ٢/٤ فتح قنوات اتصال ذات اتجاهين بين المكتبات الجامعية والمستفيدين (المتابعين).



٢/٥ توفير نوع من التغذية الراجعة عن الخدمات التي تقدمها المكتبات الجامعية.

٢/٦ تعزيز التواصل الخارجي على مستوى المشاركة المجتمعية.

٢/٧ اثاره الوعى بمزايا موقع تويتر فى خدمات الاحاطة الجارية.

٣. معايير إعداد دليل لإدارة حساب تويتر:

٣/١ إعداد دليل أو لائحة عمل خاصة باستخدام حساب موقع تويتر بالمكتبة بناء على خطة المكتبات الإستراتيجية، على أن تتفق مع رؤية ورسالة وأهداف المكتبات الجامعية.

٣/٢ قيام إدارة المكتبات الجامعية بإعداد خطة تشغيلية سنوية مفصلة لإدارة حساب تويتر.

٣/٣ إعداد دليل بالجامعة متخصص لحصر حسابات (URL) مواقع التواصل الاجتماعي لكافة قطاعات وكليات وإدارات الجامعة مع نبذة مختصرة لكل حساب.

٤. معايير المعلومات الأساسية قبل فتح الحساب:

٤/١ إصدار قرار من إدارة الجامعة بأحقية المكتبات الجامعية بفتح حسابات لها بمواقع التواصل الاجتماعي، مع تحديد أسماء تلك الشبكات باسم المكتبة المركزية او الكليات والمعاهد او الاقسام العلمية.

٤/٢ إصدار موافقة كتابية من مدير المكتبة بفتح حساب للمكتبة على موقع تويتر باسم المكتبة.

٤/٣ تنسيق العمل بين المكتبة المركزية و المكتبات الفرعية للكليات والأقسام على التعاون مع الإدارات ذات العلاقة لادارة المحتوى ورسم الخطط المقترحة (مثل إدارة الدعم الفني وإدارة المحتوى الرقمي بالجامعة وغيرها من الإدارات)، وذلك قبل إعداد فتح الحساب حتى تتمكن بالإذن والمسؤولية الإدارية والمهنية بفتح الحساب الخاص بالمكتبة وإدارته.

٤/٤ لا يتم فتح ملف حساب للمكتبة على تويتر إذا لم يكن لدى إدارة المكتبة تصور واضح عن آلية العمل وتحديد الأشخاص المكلفين بإدارة الحساب والوقت المناسب لفتح الحساب على النحو التالي:

- ٤/٤/١ تشكيل فريق عمل لإعداد خطة تنفيذية مكتوبة لاستخدام موقع تويتر بالمكتبة.
- ٤/٤/٢ تنوع تخصصات فريق العمل (على أن يكون هناك اختلاف في التخصص مثل: متخصص في المكتبات والمعلومات - متخصص في إدارة المحتوى - متخصص في العلاقات العامة - متخصص في التسويق الإلكتروني - متخصص في الشبكات الاجتماعية وغيرها)
- ٤/٤/٣ إعداد هيكل تنظيمي بإدارة حساب تويتر للمكتبة موضحاً الوظائف الرئيسية بالفريق ومنها مدير الفريق والمراجع أو المصحح اللغوي وممثلي الأقسام بالمكتبة (قسم التزويد - قسم المعالجة الفنية - قسم خدمات المعلومات - قسم العلاقات العامة - قسم المراجع - ومدير إدارة المحتوى ... الخ.)
- ٤/٤/٤ تحديد المهام والمسؤوليات لكل عضو في الفريق.
- ٤/٤/٥ إعداد خطة شهرية للموضوعات المطروحة للنشر على حساب تويتر.
- ٤/٤/٦ تحديد الموقف المالي لفريق العمل القائم على إدارة الحساب، وما إذا كان هناك مكافآت مالية شهرية أو من ضمن مهام العمل الرئيسية لهم أو أنه عمل تطوعي.
- ٤/٤/٧ تحديد الوقت اللازم لإدارة فتح وتشغيل الحساب من إضافة محتوى ومتابعة الأنشطة ورد على استفسارات وعرض الخدمات المقدمة والفعاليات والمراقبة بشكل متكرر على المحتوى سواء بالتفرغ التام للقائمين لإدارة الحساب، أم أنه مقابل استقطاع بعض الوقت من عملهم ... الخ.



- ٤/٤/٨ تحديد آلية إدارة الحساب خلال الأجازات والعطلات الأسبوعية أو الوطنية والمناسبات العامة والأعياد.
- ٤/٤/٩ وضع نظام للتحفيز المعنوي والمادي من وقت لآخر لأعضاء الفريق المكلف في حالة ردود الفعل المتميزة من جانب المتابعين أو رضا المستفيدين من خلال التغذية الراجعة على حساب تويتر.

٥. معايير إجراءات فتح الحساب:

- ٥/١ يجب أن يتم إخطار إدارة الجامعة (مثل عمادة تقنية المعلومات - إدارة الدعم الفني - إدارة الحاسب الآلي- إدارة بوابة الالكترونية للجامعة) بعنوان (URL) حساب تويتر.
- ٥/٢ أن يتضمن الدليل عناوين الحسابات الرسمية البادئة الخاصة بالجامعة (@) وبعدها ما يخص اسم المكتبة المأخوذة من العنوان الالكتروني لصفحة المكتبة، مثال @ImamuLib .
- ٥/٣ تنشيط الحساب وعمل رابط على موقع أو صفحة المكتبة الالكتروني وعمل إعلان عام على موقع المكتبة بتدشين أو افتتاح الحساب وتحديد الأهداف الخاصة بفتح الحساب لإعلام المستفيدين على تفعيل حساب تويتر للمكتبة.
- ٥/٤ إعلان أسماء المسؤولين عن الحساب بالمكتبة المكلف بإدارة حساب تويتر في لوحة الإعلانات أو الموقع الالكتروني بالمكتبة.
- ٥/٦ المراقبة والمتابعة المستمرة للمحتوى من إدارة المكتبة.

٦. معايير البيانات الأساسية لموقع المكتبة على تويتر:

- ٦/١ وضع بيان تعريفي (Biography) بحساب المكتبة على تويتر يحدد به معلومات مبسطة عن هوية الحساب والخدمات التي يقدمها.
- ٦/٢ تفعيل تاريخ فتح حساب تويتر على الصفحة والموقع الجغرافي للمكتبة.



٦/٣ تصميم شعار للمكتبة ليكون الصورة المعبرة (Avatar) للمكتبة لحساب تويتر.

٧. معايير إدارة المحتوى على تويتر:

٧/١ الاستمرارية: إضافة مشاركة واحدة يومياً على الأقل.

٧/٢ حداثة المحتوى: ينبغي أن يكون المحتوى جديد ومحدث وله علاقة بأنشطة وخدمات المكتبات والمعلومات.

٧/٣ حجم المشاركة: لا تتعدى حجم التغريدة عن (١٣٢) حرفاً في الطول، لكي يسمح بعد ذلك للمستخدمين بإعادة التغريدة على حسابهم - ليكتمل الحد الأقصى عند (١٤٠) حرف - لإمكانية إضافة كلمات بسيطة مما يزيد من انتشار الرسالة الأصلية.

٧/٤ المعلومات الحصرية: إضافة قيمة أو معلومات حصرية للمتابعين فقط لموقع المكتبة على تويتر، مثال طرح مسابقات وجوائز أو عروض لأفضل مشاركة أو تعليق أو الاعلان عن مصادر جديدة وارة حديثاً للمكتبة.... الخ

٧/٥ أوقات عاجلة: يمكن استخدام موقع تويتر كقنوات اتصال في الإعلانات والأخبار العاجلة، مثال إغلاق الجامعة أو المكتبة بسبب الظروف الجوية السيئة لاجراءات الصيانة أو حدوث عطل بالكهرباء او المكيفات..... الخ

٧/٦ الرد على الاستفسارات: تشجيع التفاعل مع متابعين المكتبة والرد على التعليقات والأسئلة، لبناء الثقة والإحساس بالانتماء للمكتبة، والتعامل مع أي ردود فعل سلبية في أسرع وقت ممكن مع متابعة المشاكل بشكل إيجابي وبصدق، ويمكن التعامل معها عن طريق البريد الإلكتروني للمكتبة أو عن طريق الهاتف أو الحساب الخاص بالمتابعين.

٧/٧ مرجعية التغريدة: يجب احترام قوانين حقوق التأليف والملكية الفكرية، من خلال الاعتماد على المراجع والمصادر المستقى منها المعلومات قبل نشرها.



٧/٨ وقت الإتاحة Availability: يجب أن تلتزم المكتبة بتحديث وإتاحة التغريدات خلال ساعات العمل الرسمية، باستثناء الأوقات الطارئة التي تتطلب التغريدة وقت الحاجة.

٧/٩ الرسائل المباشرة Direct Messages: يجب قراءة كل الردود والرسائل المباشرة التي ترسل للمكتبة مع الرد في أسرع وقت ممكن دون ان يطلع عليها الآخرين، وتتوافر تلقائياً بإضافة التنويه (Mentions) لصاحب التغريدة الاساسى.

٧/١٠ استطلاعات الرأي: استخدام الاستبيانات لاستطلاع الآراء والتغذية الراجعة أو ردود الفعل على خدمات وأنشطة المكتبات.

٧/١١ أمن المعلومات: يجب أن تتوافق جميع المعلومات المنشورة على شبكة الإنترنت مع سرية سياسات امن وحماية المعلومات بالجامعة واحترام خصوصية المتابعين للمكتبة في عدم ذكر أسمائهم أو بيانات عنهم دون إذن مسبق.

٨. معايير أنواع المعلومات المتاحة:

يمكن الاعتماد على أنواع المعلومات والبيانات على سبيل المثال وليس الحصر ومنها:

٨/١ النشرة الإعلامية الالكترونية Electronic Information Bulletin: تشمل الموضوعات والأحداث المرتبطة بالموارد البشرية العاملة بالمكتبات أو خدمات المعلومات.

٨/٢ الإخطارات اليومية Daily-intelligence Bulletin: للتواصل بين إدارة المكتبة والعاملين بها وبين الباحثين منها للوقوف على آخر التطورات في مجالات اهتماماتهم الوظيفية التي تشتمل على المواد الأخبارية فضلا عن بعض التقارير والتحليلات والموجزات الإعلامية.

٨/٣ مصادر المعلومات الجديدة: وتعنى تصوير ونشر الأغلفة لمصادر المعلومات الحديثة الورود أو قوائم المقتنيات الجديدة وخاصة الكتب أو الرسائل الجامعية أو بحوث المؤتمرات الواردة للمكتبة أولا بأول.



٨/٤ **قوائم محتويات مصادر المعلومات:** وتعنى تصوير قوائم محتويات أعداد الدوريات الواردة حديثاً حسب فترات صدورها وإتاحتها على الموقع الإلكتروني للمكتبة أو المدونات أو مجموعات الاهتمام الخاصة بالمكتبة.

٨/٥ **التعريف بالمشروعات الرقمية الجارية:** وتعنى إخطار المستفيدين أو أصحاب المصلحة بالمشروعات الرقمية الجديدة بالمكتبة سواء على نطاق البحوث أو المشروعات الرقمية سواء إنشاء مكتبة رقمية أو أرشفة الكترونية أو بحوث مدعومة بمبادرات رقمية ومتابعة أخبارها بصورة مستمرة.

٨/٦ **إضافة الوسائط المتعددة:** وتعنى إضافة الصور أو مقاطع الفيديو وإمكانية أن تكون الصور بصفة خاصة مع التعليق عليها متاحة على موقع تويتر دون غيره من الصفحات الأخرى المرتبطة بالمكتبة.

٨/٧ **روابط النشرات الأخبارية على مستوى الجامعة أو وزارة التعليم العالي،** مع إمكانية التغريدات بالروابط الخاصة بالمدونات والتقارير والموارد والمصادر الأخرى المعتمدة أو التابعة للمكتبات الجامعية.

٨/٨ **روابط المعلومات ذات الصلة بإنتاج المعلومات أو عروض مصادر المعلومات والمنشورة في مكان آخر (أعمال وأنشطة أخرى صادرة من مكتبات وباحثين ومؤسسات إخبارية وغيرها).** هذا يمكن أن تشمل على تشمل أشرطة الفيديو، مشاركات بالمدونات، إعادة التغريدات من الآخرين.

٨/٩ **الحقائق المثيرة للاهتمام،** المقاولات الشهيرة والمؤثرة وذات علاقة بالمكتبات وأشرطة الفيديو أو ملاحظات تتعلق بالمستفيدين من المكتبات الجامعية.

٨/١٠ **الأسئلة الموضوعية المتعلقة بالمستفيدين بالمكتبات والتي تهدف إلى المناقشة العلمية أو الردود عليها بشكل سريع.**



٨/١١ الاخبار العامة المتنوعة المحلية: ذات الاهتمام بالدولة من مناسبات او اعياد وطنية تخص الدولة او غيرها من الاخبار ، فتويتر فى المقام الاول شبكة اجتماعية.

٩. معايير خصائص خدمات تويتر بالمكتبة:

٩/١ إعادة التغريدات: Retweets (RTs) : مراعاة المكتبة بأن إعادة التغريدات لأخبار أو روابط أو ملاحظات شخصية تعتقد أنها ذات الصلة بالعمل أو بمصادر المعلومات أو خدمات المعلومات في مجال المكتبات والمعلومات.

٩/٢ التابعين: Following : إن قرار المكتبة بإتباع أشخاص أو مؤسسات أو جهات معينة على تويتر لا يعني بالضرورة تأييد أفكارهم أو كتابتهم من أي نوع. والمكتبة تتبع الحسابات على تويتر اعتقاداً منها أنها ذات صلة أو ارتباط بعمل المكتبة أو ذو مصدر لاستقاء الأخبار والمعلومات ومنها حسابات مكتبات وناشرين ومؤسسات معلوماتية أخرى أو شخصيات عامة ذات صلة أو علاقة بالمكتبات أو الجامعة، ويمكن ان يكون التابعين مصدر ارشاد للمتابعين ببعض الاشخاص او المؤسسات التى يمكن الوثوق بالمعلومات التى يقدمونها.

٩/٣ المتابعون Followers: المتابعين لحساب المكتبة لا يعني تأييد المكتبة لهم ولكن يمكن في حالات خروج المتابعين عن أخلاقيات الآداب العامة سواء بنشر تغريدات سيئة أو صور أو مقاطع فيديو غير مناسبة يمكن إن تتخذ المكتبة إزالة أو منعه من الظهور على حساب المكتبة.

٩/٤ قوائم Lists: إن عمل قوائم يعتبر وسيلة جيدة لتنظيم حسابات من تتابعهم المكتبة كما توفر هذا الخاصية إمكانية إضافة الأشخاص إلى القائمة دون الحاجة لمتابعتهم. ويمكن للمكتبة بناء قوائم بحد أقصى (٢٠) قائمة.

٩/٥ الرد Reply: تعمل هذه الخاصية لكي تتيح للمتابعين الرد على تغريدة معينة عبر الضغط على (reply)، وتقوم تلقائياً بإضافة التنويه (Mentions) بعلامة (@) لصاحب التغريدة الاساسي.

٩/٦ المفضلة Favorites : يمكن للمكتبة إضافة تغريدات ضمن المفضلة للرجوع إليها لاحقاً كما يمكن بمتابعين المكتبة استعراضها، ولا يشترط أن تكون هذه التغريدات مما تتابعهم، وكذلك الحال يمكنك إضافة تغريدات خاصة بالمكتبة إلى قائمة المفضلة لكي يرجع إليها المستفيدين وقت الحاجة.

٩/٧ الوسم Hashtags: هو كلمات يسبقها الرمز (#) والذي يسمح للمستخدمين بالبحث وانتقاء المشاركات المعتمدة على تلك الكلمات والمصطلحات الدارجة بعد هذا الرمز وجمعها وربطها في مكان واحد للاطلاع عليها مجتمعة، والوسم من الخصائص الهامة حيث يتم الاتفاق المباشر أو غير المباشر بين المستخدمين تويتر بكتابته ضمن تغريداتهم ليتمكن حصرها ضمن قائمة بحث وحيدة.

٩/٨ الموضوعات المتداولة Trends : خدمة توفرها تويتر لعرض أكثر الموضوعات المتداولة بين المستخدمين تويتر بناء على دولة محددة أو مدينة أو على مستوى العالم وذلك عبر ما يسمى الوسم (Hashtags).

٩/٩ ترشيحات المتابعة الأسبوعية FollowFriday : هي اختصار (#FF) آلية تمكن المستخدمين لتويتر من ترشيح مغردين أسبوعياً لمتابعيهم وجرت العادة أن تكون هذه العملية يوم الجمعة، وهذه الطريقة أثبتت كفاءتها ولقيت استحسان المغردين الذين يحصلون على توصيات كون هذه التغريدات تجلب لهم متابعين جدد مهتمين بمجال قريب من اهتماماتهم.

٩/١٠ حساب موثق Verified Account : وهو العلامة الزرقاء وتظهر بالقرب من اسم المستخدم للدلالة بان صاحب هذا الحساب تم التحقق من هويته عبر تويتر، ويمكن أن تستخدم المكتبة



هذا الحساب في حالة رغبتها في التأكيد على هويته المكتبة وأنه هو الحساب الرسمي للمكتبة.

٩/١١ الملف التعريفي الوصفي (Bio) : وهو ما تقوم بوصف صفحة المكتبة على تويتر عبر كلمات قليلة لتحديد المكتبة ماذا تكتب في تلك الصفحة باختصار.

١٠. معايير الحسابات الشخصية للعاملين بالمكتبة على تويتر:

١٠/١ لابد أن يدرك العاملون بالمكتبة حتى لو هناك حسابات خاصة بهم لا علاقة بالمكتبة بها سواء بأسمائهم أو أسماء مستعارة وعلى الرغم من الانتماء المهني للمكتبة إلا أن لابد من الإشارة بأن التغريدات تمثل شخصهم والمكتبة غير مسؤولة عن هذه الحسابات الشخصية ولا تمثل رأى المكتبة.

١٠/٢ في حالة المساس بجوانب تتعلق بسمعة أو الخروج عن الآداب العامة للجامعة يصبح العاملون مسئولين من الناحية القانونية عن أي شيء تشارك به على الانترنت له علاقة بالمكتبة أو الجامعة المنتسب إليها.

١٠/٣ في جميع الأوقات، داخل أو خارج ساعات العمل، فالعاملون سفراء للمكتبة وعلى علم بما يتمتعون به من كافة الإجراءات والمعلومات التي تقوموا بوضعها على الشبكات الاجتماعية من صور، ومشاركات وتعليقات والتي من الممكن أن تؤثر على الجامعة بشكل أو بآخر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

١٠/٤ يجب أن لا تحتوي الحسابات الشخصية للعاملين بالمكتبة عن أي شيء يمكن أن تشير إلى التصرف بشكل رسمي نيابة عن المكتبة أو الجامعة.

١٠/٥ لا يجوز استخدام الشعارات أو العلامات التجارية الخاصة بالجامعة أو المكتبة دون موافقة مسبقة.



١١. المعايير العامة لحساب تويتر:

١١/١ ضمان الاحترام الدائم في نشر التغريدات كل من: إدارة الجامعة، وإدارة المكتبات، وأعضاء هيئة التدريس، والعاملون بالجامعة، والطلاب، وأولياء الأمور، والمجتمع المحلي الخارجي.

١١/٢ إمكانية تفاعل العاملون بالجامعة مما لديهم لديه اهتمام أو خبرة أو نشاط في التعامل مع الشبكات الاجتماعية ولديهم اعتراض على بعض المشاركات المتاحة على حساب المكتبة، يمكن أن يقوموا بالتواصل مع مدير المكتبة مباشرة لتوضيح الإشكاليات المعترض عليها وإبداء ملاحظاتهم على الموضوعات ذات الاعتراض أو التنويه بها.

١١/٣ أحقية إدارة المكتبات الجامعية في إعداد لائحة مستقلة لها إدارة الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة والتعديل استناداً لتلك المعايير والقواعد الإرشادية بتلك المعايير، أو نأ يسحى باللوائح التنفيذية الشارحة لتلك المعايير والتي تناسب طبيعة المكتبات الجامعية بأنواعها وثقافة المجتمع المحلي أو الوطنى أو الاقليمى لها.

ثامناً: التوصيات والمقترحات:

في ضوء ما سبق من نتائج الدراسة يقترح الباحث مجموعة من التوصيات والمقترحات على النحو التالي:

١. ضرورة أن تقوم المكتبات الجامعية على دراسة الخصائص والاختلافات بين مواقع التواصل الاجتماعي لإدارة المحتوى بشكل علمي ووفقاً لدراسات متخصصة فى هذا الشأن.
٢. توافر المقومات المادية والتقنية والبشرية فى استخدام موقع تويتر بالمكتبات الجامعية فى خدمات الاحاطة الجارية ومتابعة كافة اجراءات الادارية التى تسمح بالخروج بشكل أفضل للمستفيدين من تلك المكتبات.



٣. قيام المكتبات الجامعية فى إنشاء إدارة واضحة المعالم والحدود للمحتوى العلمى على موقع تويتر وتدريب أخصائيو المكتبات المكلفين بالعمل على إدارته لما له من أهمية قصوى فى إخطار المتابعين وجعلهم اكثرا ارتباطاً بالمكتبة.
٤. ضرورة إجراء دراسات علمية متخصصة فيما يتعلق بتحليل المحتوى للمتابعين للمكتبات الجامعية والتغريدات الصادرة عنهم ودراسة طبيعتها للخروج بنتائج علمية فى إدارة الاتصال الرقمى وتحليل ومعرفة احتياجاتهم الفعلية فيما يتعلق بموقع تويتر فى المكتبات الجامعية.
٥. قيام الاتحاد العربى للمكتبات والجمعيات العلمية المتخصصة بعقد مؤتمرات ولقاءات وإقامة ورش عمل علمية متخصصة عن موقع تويتر والخدمات التي يقدمها وكيفية استفادة المكتبات منه تجاه المتابعين ودوره فى خدمات الإحاطة الجارية للجارية للمعلومات داخل المكتبات.
٦. اقامة ورش عمل ودورات تدريبية داخل المكتبات الجامعية سواء للعاملين أو للمستفيدين وذلك بهدف التعريف بدور الشبكات الاجتماعية فى التعليم والأستخدام الافضل لها باستخدام المبادئ الرئيسية للعمل بها والتعرف على أدوات التواصل الاجتماعى على اختلاف انواعها.
٧. توعية الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والباحثين باستخدام موقع تويتر فى متابعة أحدث الأخبار والمستجدات التي تهم احتياجاتهم من مكتبات الجامعة، عن طريق المنشورات والمطبوعات والرسائل البريدية والرسائل القصيرة والواتس آب (Whats App) لحثهم على المشاركة الايجابية لمتابعة المكتبات.

٨. إمكانية استغلال موقع تويتر الاستغلال الأمثل في البرامج التعليمية والمقررات الدراسية والتعليم عن بُعد بنشر الأخبار للطلاب أعضاء هيئة التدريس على اعتباره إحدى طرق ووسائل التعلم الإلكتروني لأعضاء هيئة التدريس والباحثين بالجامعات والمؤسسات التعليمية وتوظيفها بشكل صحيح لخدمة العملية التعليمية وذلك بالتنسيق مع المكتبات الجامعية في إدارة موقع تويتر .

٩. على المكتبات الجامعية تولى استراتيجية وسياسة واضحة تجاه الجهات أو الأفراد المراد تتبعهم ولا تعتمد على إدارة الفرد الواحد دون موضوعية أو أسباب معلنة لإدارة المكتبة.

١٠. إمكانية تفعيل خدمات البث الانتقائي للمعلومات للمتابعين للمكتبات الجامعية مقابل رسوم مالية رمزية نظير الاشتراك في خدمات (#) الهاشتاج ذات الكلمات المفتاحية التي تهم متابعين محددين وفقاً لملف السمات الخاص بهم الذي يوضح اهتماماتهم البحثية واطارهم برسائل تذكيرية على بريدهم في تويتر.

١١. ربط التغريدات الصادرة من موقع تويتر بالمكتبات الجامعية بنظم وبرامج إدارة السجلات والارشفة الإلكترونية لحفظ وتاريخ تلك التغريدات والعمل على تحليلها بصورة مستمرة مثل مكتبة الكونجرس.

ملحق (١) قائمة المراجعة**البيانات الأساسية:**

اسم المكتبة:

اسم الجامعة:

الدولة:

تاريخ التأسيس الموقع الالكتروني:

١. تستخدم المكتبة موقع تويتر في الإحاطة الجارية للمعلومات

الخاصة؟

☐ نعم ☐ لا

٢. تاريخ بداية استخدام موقع تويتر؟

☐ أقل من عام ☐ ١-٣ سنوات ☐ أكثر من ٣ سنوات

٣. أنواع الاخبار والاحداث التى تتاح على موقع تويتر الذى تمتلكه المكتبة.

☐ النشرة الاعلامية ☐ الاخطارات اليومية☐ اضافة الصور ☐ اضافة روابط الفيديو☐ نشر التقارير الالكترونية ☐ نشر قوائم اعداد الدوريات الجديدة☐ قوائم الاضافات الجديدة ☐ التعريف بالمشروعات والبحوث الرقميةالجارية ☐ نشر عروض للكتب والمقالات☐ أخرى (يرجى ذكرها) :

٤. اسلوب ترويج الصفحة الخاصة بتويتر؟

☐ بمقابل مادي ☐ مجاني ☐ الاثنان معاً

٥. طرق إدارة العمل في موقع تويتر بالمكتبة؟

☐ شخص متفرغ تماماً لإدارة الصفحات الاجتماعية☐ شخص متفرغ بعض الوقت.☐ فريق عمل متكامل لإدارة الصفحة.☐ أخرى:

٦. انواع النظام المالى فى صرف مكافآت لادارة محتوى الصفحة على تويتر؟

☐ لا يوجد مكافاة ☐ مكافاة مقطوعة شهرياً☐ نظام ساعات اضافية ☐ شهادات تقدير



٧. عدد التغديرات حتى تاريخه (٢٥ نوفمبر ٢٠١٤)

☐ اقل من ١٠٠ تغريدة ☐ من ١٠١ - ٥٠٠ تغريدة

☐ ٥٠٠١-١٠٠٠٠ تغريدة ☐ اكثر من ١٠٠٠٠ تغريدة

٨. ما هو عدد المتابعين Followers وهم الأشخاص الذين يتابعون

صفحة المكتبة على تويتر، ويظهر لديهم ما تكتبه المكتبة فور كتابته؟

☐ اقل من ١٠٠ متابع ☐ من ١٠١ - ٥٠٠ متابع ☐ ٥٠٠١-١٠٠٠٠ متابع

☐ اكثر من ١٠٠٠٠ متابع

٩. ما هو عدد Following وهم الأشخاص الذين تتابعهم المكتبة، والذين

تظهر التغريدات التي يكتبونها لديك صفحة الـممتبة على تويتر ؟

☐ اقل من ١٠٠ تابع ☐ من ١٠١ - ٥٠٠ تابع ☐ ٥٠٠١-١٠٠٠٠ تابع

☐ اكثر من ١٠٠٠٠ تابع

١٠. ما هو عدد الصور ومقاطع الفيديو التي تاخذها المكتبة على موقع تويتر

منذ بداية الاشتراك؟

☐ اقل من ١٠٠ صورة ومقطع ☐ من ١٠١ - ٥٠٠ صورة ومقطع

☐ ٥٠٠١-١٠٠٠٠ صورة ومقطع ☐ اكثر من ١٠٠٠٠ صورة ومقطع



ملحق رقم (٢) استبيان الدراسة

سعادة الأستاذ الدكتور الفاضل مدير المكتبة /

نقدم لسعادتكم جزيل شكرنا مقدماً على إجاباتكم للأسئلة التي يتناولها الاستبيان التي تهدف إلى التعرف على مدى توافر مقومات الاشتراك في موقع تويتر في المكتبة الجامعية. بالإضافة إلى التعرف على آلية العمل بالمكتبة مع موقع تويتر وأهم الموضوعات التي تقوم المكتبة ببحثها عبر تويتر، والتعرف على الموارد البشرية التي تدير العمل ومهامهم وطبيعة العمل وما إلى ذلك، مع رصد المشكلات التي تقابل المكتبات الجامعية أثناء التعامل مع موقع تويتر بالمقارنة بباقي مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى مثل الفيس بوك، والتي تنجم عن استخدام المكتبة الجامعية لموقع تويتر وأساليب التغلب عليها وإيجاد الحلول المناسبة لها.

ويرجى التكرم بملاحظة ما يلي :

- لا توجد إجابات صحيحة وأخرى خاطئة ولكن الإجابة المطلوبة هي التي تعبر بصدق عن رأيك .
- البيانات التي سوف تذكرها سعادتكم تحاط بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ولسعادتكم جزيل الشكر على حسن تعاونكم واستجاباتكم الصادقة للرد على الاستبيان.

عصام محمد عبيد

مدرس المكتبات والمعلومات بجامعة أسيوط

وجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

البيانات الأساسية:

اسم المكتبة:

اسم مدير المكتبة (اختياري):

اسم الجامعة:

الدولة:

تاريخ تفعيل العمل على موقع تويتر بالمكتبة:

.....

(أ) تفعيل العمل على موقع تويتر بالمكتبة

١. منذ متى والمكتبة بدأت تفعيل العمل على مواقع التواصل الاجتماعي بصورة عامة؟

☐ أقل من عام ☐ ٢-٥ سنوات ☐ أكثر من ٥ سنوات

☐ لم تبدأ بعد وسيتم في المستقبل

٢. هل تستخدم المكتبة مواقع الصفحات الاجتماعية الأخرى بخلاف تويتر؟

☐ نعم ☐ لا

٣. إذا كانت الإجابة بنعم، ما هي مواقع الصفحات الاجتماعية التي قامت المكتبة بالعمل بها؟

☐ الفيس بوك ☐ Facebook ☐ تويتر ☐ Twitter ☐ اليوتيوب ☐ Youtube

☐ انستجرام ☐ instagram

☐ جوجل بلس ☐ Google Plus ☐ الفليكر ☐ Flickr ☐ لنكيدان ☐ LinkedIn

☐ أخرى (يرجى ذكرها) :

٤. تستخدم المكتبة موقع تويتر في الإحاطة الجارية للمعلومات الخاصة؟

☐ نعم ☐ لا

٥. هل هناك اتفاقيات تمت بين المكتبة وأي من شركات إدارة محتوى الصفحات الاجتماعية للمكتبة؟

☐ نعم ☐ لا

٦. ما نسبة الإحاطة بالمعلومات والبيانات المتاحة والمعرضة لموقع تويتر

مقارنة بإجمالي ما لدى المكتبة إجمالي المحتوى الإخباري المطلوب إحاطة

المستفيدين به؟

☐ أقل من ٢٥% ☐ ٢٦ - ٥٠% ☐ ٥١ - ٧٥% ☐ أكثر من ٧٥%

٧. أنواع الأخبار والإحداث التي تتاح على موقع تويتر الذي تمتلكه المكتبة.

☐ النشرة الإعلامية الالكترونية ☐ الإخطارات اليومية

☐ قوائم محتويات مصادر المعلومات ☐ مصادر المعلومات الجديدة

☐ عروض لمصادر المعلومات ☐ التعريف بمناسبات الجامعة



☐ أخبار متنوعة عامة أخرى (يرجى ذكرها
٨. أسلوب ترويج الصفحة الخاصة بتويتر؟

☐ بمقابل مادي ☐ مجاني ☐ الاثنان معاً

(ب) الجوانب التقنية والإدارية

٩. هل تم تجهيز فريق عمل متخصص لإدارة محتوى وتطوير الصفحات الاجتماعية ومنها العمل في موقع تويتر ؟

☐ نعم ☐ لا

١٠. إذا كانت الإجابة بنعم، فما هي طرق إدارة العمل في موقع تويتر بالمكتبة ؟

☐ متفرغين لهذا العمل ☐ متفرغين بعض الوقت ☐ جزء أساسي من العمل داخل

المكتبة ☐ أخرى (يرجى ذكرها):.....

١١. كم عدد أعضاء الفريق المتخصص لإدارة محتوى وتطوير الصفحات

الاجتماعية ومنها تفعيل العمل في موقع تويتر؟

☐ فرد واحد ☐ اثنان ☐ ثلاثة ☐ أربعة فأكثر

١٢. أنواع النظام المالي في صرف مكافآت لإدارة محتوى الصفحة على تويتر؟

☐ لا يوجد مكافأة ☐ مكافأة مقطوعة شهرياً ☐ نظام ساعات إضافية

☐ شهادات تقدير

١٣. هل استخدمت المكتبة نظاماً آخر للإحاطة الجارية للمعلومات أو البث الانتقائي

للمعلومات؟

☐ نعم ما هو:..... ☐ لا

١٤. ما أهم المميزات التي يوفرها استخدام موقع تويتر في الإحاطة الجارية

للمعلومات؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة) ☐ إتاحة المعلومات

في أي وقت وفي أي مكان.

☐ يعتمد على تقنية الويب ٢,٠ في مشاركة المستفيدين من المكتبة.

☐ ربط المستفيدين من المكتبة بشكل أفضل عن ذي قبل.

☐ أداة واحدة واستخدامات متعددة.

☐ توسيع نطاق نشر وبث المعلومات والأخبار والإحداث بالمكتبة.

☐ أخرى (يرجى ذكرها):.....

(ج) المشكلات والحلول

١٥. ما المشكلات التي تواجهك في التعامل مع موقع تويتر بالمكتبة؟ (يمكن اختيار

أكثر من إجابة)

☐ عدم قدرة المكتبة على تحديد مكافأة مالية لفريق إدارة المحتوى على موقع

تويتر.

☐ صعوبة إدارة فريق للعمل في إدارة محتوى موقع تويتر.



- ☐ ضعف الخطة المقترحة للعمل على موقع تويتر.
- ☐ عدم وضوح الرؤية لدى إدارة المكتبة.
- ☐ عدم وجود المحتوى الكاف للتفاعل الجيد من المستفيدين.
- ☐ عدم توافر الخبرات اللازمة لإنتاج وإدارة المحتوى لموقع تويتر.
- ☐ المعوقات المالية (تكلفة فريق العمل، تكلفة الدعاية والترويج للموقع لزيادة المشتركين من مستفيدين المكتبة).
- ☐ ضعف بنية الإنترنت بالمكتبة.
- ☐ لا يوجد موارد بشرية بالمكتبة كافية لإدارة الصفحة الخاصة بتويتر .
- ☐ عدم تدريب احد العاملين بالمكتبة على آلية إدارة المحتوى على موقع تويتر للمكتبة.
- ☐ ليس كل المحتوى المعروض على موقع المكتبة صالح لاتاحته على موقع تويتر.
- ☐ عدم موافقة الجامعة على الاشتراك في موقع تويتر والاكتفاء فقط باشتراك الجامعة.
- ☐ مشكلات تقنية مثل صعوبة استخدام التويتر في الإحاطة الجارية نظرا لعدد الحروف المتاحة للكتابة.
- ☐ استخدام صورة واحدة فقط في التغريدة الواحدة
- ☐ عدم تفضيل المستفيدين استخدام التويتر
- ☐ أخرى (يرجى ذكرها):
١٦. من خلال التفاعل العملي لموقع تويتر، ما أهم المشكلات الموجهة التي تقابلك أثناء العمل على الموقع؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
- ☐ ضعف إقبال المستفيدين على موقع تويتر.
- ☐ عدم القدرة على زيادة الحروف لأكثر من ١٤٠ حرف.
- ☐ صعوبة الرد الفوري على الرسائل الخاصة لطلبات المستفيدين على موقع تويتر
- ☐ عدم اعتياد المستفيدين على استخدام موقع تويتر في الحصول على المعلومات الجارية الخاصة بالمكتبة.
- ☐ أخرى (يرجى ذكرها):
١٧. من أين تستمد المكتبة معلوماتها حول تقنيات استخدام وخدمات موقع تويتر الجديدة أولا بأول؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
- ☐ إدارة الجامعة ☐ إدارة المكتبة ☐ الزملاء بالمكتبة. ☐ المكتبات الجامعية الأخرى.
- ☐ المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي. ☐ الدراسات العلمية المنشورة.



☐ أخرى (يرجى ذكرها):.....

١٨. ما أساليب الترويج التي اتبعتها المكتبة لإعلام المستفيدين باستخدام موقع

تويتر والتعامل معه بشكل مستمر وفعال؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ وسائل الإعلام التقليدية (منشورات الجامعة، مطبوعات المكتبة....)

☐ وسائل الإعلام الالكترونية (المدونات، الشبكات الاجتماعية، المنتديات....)

☐ معارض المكتبة المحلية ☐ معارض المكتبة الدولية

☐ وضع علامة تويتر بمصاحبة موقع المكتبة.

☐ أخرى (يرجى ذكرها):.....

١٩. هل تم إعداد أي دراسات استطلاعية من جانب المكتبة لمعرفة اتجاهات

المستفيدين نحو استخدام موقع تويتر في الإحاطة الجارية للمعلومات؟

☐ نعم ☐ لا

٢٠. إذا كانت الإجابة بنعم فما أهم

النتائج:.....

٢١. ما الدعم المطلوب من المكتبة أو الجامعة لزيادة إفادة المستفيدين من المكتبة

لموقع تويتر؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ الاشتراك المالي في الترويج للصفحة.

☐ دورات تدريبية لموقع تويتر للمكتبة على التسويق الالكتروني وإدارة المحتوى

الرقمي.

☐ دراسات علمية مستفيضة حول مواقع الصفحات الاجتماعية.

☐ إحصائيات حول المستخدمين لموقع تويتر.

☐ إقامة معارض للمكتبة بشكل رقمي على الصفحات الاجتماعية ومنها تويتر.

☐ عمل مسابقات لأفضل أخصائي مكتبة في متابعة وإدارة المحتوى على موقع

تويتر.

☐ أخرى (يرجى ذكرها):.....

٢٢. هل تستخدم المكتبة متابعة وكتابة الرسائل المباشرة المتاحة على صفحة

المكتبة في تويتر؟

☐ نعم ☐ لا

٢٣. ما مقترحاتك لتطوير استخدام موقع تويتر في الإحاطة الجارية للمعلومات

الخاصة بالمكتبة خلال السنوات الثلاث القادمة؟

.....



المراجع والهوامش:

1 جبريل بن حسن العريشي. أنماط استخدام الشبكات الاجتماعية .- مجلة الشورى السعودية . ع 125 (رمضان - شوال 1432هـ) ص 110.

[URL: <http://www.shura.gov.sa/magazine/complete-pdf/125.pdf>] [Accessed 1.11.14]

2 ماجدة عزت السيد غريب. حمد بن ابراهيم العمران. الويب 2.0 وخدمات المعلومات.- جمعية المكتبات والمعلومات السعودية.- الرياض، 1430 . ص 203.

³ Lyons, C. C. (2011). A social networking space: A study on the productivity of twitter in museum practice (Order No. 1504995). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (913006387).
4 طبقاً لترتيب موقع اليكسا في قائمة المواقع الأولى على العالم، كما يتيح أيضاً معرفة ترتيب أي موقع على العالم. حسب احصائيات نهاية سبتمبر 2014.

[URL: <http://www.alexa.com/>] [Accessed 22.10.14]

⁵ INTERNET USAGE STATISTICS ,World Internet Users and 2014 Population Stats [URL:<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>] [Accessed 1.12.14]

⁶ Paul Gillin, Secrets of Social Media Marketing: How to Use Online Conversations and Customer Communities to Turbo-Charge Your Business (Fresno: Quill Driver Books, 2009), 128.

[URL:<https://blog.twitter.com/2012/twitter-turns-six>] [Accessed 1.11.14]

⁷ Janet Symmons, B.Ed.(2013) . An Exploration of Professors' Use of Twitter in Higher Education. Master of Education. Faculty of Education, Brock University St. Catharines, Ontario .

8 eBizMBA, Top 15 Most Popular Social Networking Sites | November 2014 .

[URL:<http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>] [Accessed 30.9.14]

⁹ سعود صالح كاتب. الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص.- المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي . 18-20 محرم 1433هـ. ص 13.

¹⁰ Understanding Twitter (2009): What It Is, How Your CPA Firm Can Use It Anonymously. Accounting Office Management & Administration Report 09.07 (Jul 2009): 4-5.

¹¹ Kanjilal, Pratik.(2013) .What is Twitter's real worth? Financial Express [New Delhi] 07 Nov 2013. [Accessed 11.11.14]

12 - العوض احمد محمد الحسن. جودة خدمات المعلومات الالكترونية:الإبعاد - المتطلبات- المبادئ.المؤتمر الخامس والعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.- تونس:دار الكتب الوطنية، 2014 . ص 170 .
- اعتمادا على:



سعد محمد الهجرسي. الإطار العام للمكتبات والمعلومات أو نظرية الذاكرة الخارجية. - القاهرة: مطبعة جامعة القاهرة، 1980، ص 18-19.

13 Xu, Fei.(2012). Journal based current awareness services for systems librarianship Xu, Fei. VINE 42.2 (2012): 152-171.p

14 Fourie, Ian .(2003). How can current awareness services (CAS) be used in the world of library acquisitions? Online Information Review 27.3 (2003): 183.

15 حشمت قاسم. خدمات المعلومات: مقوماتها وأشكالها. - القاهرة : مكتبة غريب، 1984. ص 325.

16 Darcy Del Bosque , Sam A. Leif, Susie Skarl, (2012) "Libraries attwitter: trends in academic library tweeting",Reference Services Review, Vol. 40 Iss: 2, pp.199 – 213

17 Hricko, M. (2010). Using Microblogging Tools for Library Services. Journal Of Library Administration, 50(5/6), 684-692.

18 Milstein, Sarah. (2009).Twitter for Libraries and Librarians. Computers in Libraries 29.5 (May 2009): 17-18.

19 Cuddy, C. (2009). Twittering in health sciences libraries. Journal of Electronic Resources in Medical Libraries, 6(2), 169-173.

20 Plieninger, J. (2009). Twittering in the library: The pros and cons of new internet services with short messages. BuB Forum Bibliothek Und Information, (10), 739-740.

21 Stvilia, Besiki , Gibradz e, Leila.(2014) . What do academic libraries tweet about, and what makes a library tweet useful? Library & Information Science Research .Volume 36, Issues 3–4, October 2014, Pages 136–141.

22 Palmer, Stuart (2014). Characterizing University Library Use of Social Media: A Case Study of Twitter and Facebook from Australia. The Journal of Academic Librarianship. Volume 40, Issue 6, November 2014, Pages 611–619.

23 Nykolaiszyn, J. M. (2013). Exploring dialogic communication in twitter messages from association of research libraries member institutions (Order No. 1553438). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1517978504).

24 Beverly, J. A. (2013). Public relations models and dialogic communication in the twitterverse: An analysis of how colleges and universities are engaging their public through twitter (Order No. 3576728). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1461742910).

25 Hae Min Kim, Eileen G. Abels and Christopher C. Yang (2013). Who disseminates academic library information on Twitter? Proceedings

of the American Society for Information Science and Technology .
Volume 49, Issue 1, 24 JAN 2013.

[URL:<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/meet.14504901317/pdf>]

26 Stuart, David (2010). What Are Libraries Doing on
Twitter?. Online 34.1 (Jan/Feb 2010): 45-47.

27 Helen Loughran, Carly Miller (2012). Libraries and Learning
Innovation and the use of Twitter , SCONUL Focus 56 . ISSN 1745-
5790 , 2012 .

[URL:http://www.sconul.ac.uk/sites/default/files/documents/16_8.pdf] [Accessed
11.10.14]

28 Sewell, Robin R.(2013). Who is following us? Data mining a
library's Twitter followers .Library Hi Tech 31.1 (2013): 160-170 .

29 Huwe, t. k. (2012). Twitter and Facebook Open the Door to
Collaboration. Computers In Libraries, 32(8), 27-29.

30 محمد عبد الحميد معوض. تويتر للمكتبات والمكتبيين. احوال المعرفة . ع 72 (محرم 1435 /
نوفمبر 2013) .- ص 55.

³¹ Anwyll, R., Chawner, B., & Tarulli, L. (2013). Social Media and
Readers' Advisory. Reference & User Services Quarterly, 53(2), 113-
118.p.114

³² Alfonzo, Paige. Using Twitter Hashtags for Information Literacy
Instruction. Computers in Libraries 34.7 (Sep 2014): 19-22.

33 عارف عبد الرحمن عطية. 28 فكرة ابداعية لاستخدام تويتر في التعليم . مجلة فكر السعودية، ع 2.
(يناير 2013) ص ص 13- 15 .

³⁴ Ian Clark .Twitter at Canterbury Christ Church University .SCONUL
Focus 56. ISSN 1745-5790. 2013[URL:

http://www.sconul.ac.uk/sites/default/files/documents/9_12.pdf]

[Accessed 25.10.14]

٣٥ تم اطلاع الباحث على بعض القراءات والمصادر ومنها ما يلي:

- Johnson, P. R. (2014). Toward a uses and gratifications model of
twitter (Order No. 1564885). Available from ProQuest Dissertations &
Theses Global. (1615884122).

- Kammerer, Matthew (2014). The Social Media Advertising Beginner's
Guide for Twitter, Facebook and LinkedIn .

[URL:[https://blog.bufferapp.com/social-media-advertising-twitter-
facebook-linkedin](https://blog.bufferapp.com/social-media-advertising-twitter-facebook-linkedin)]

- Kammerer, Matthew (2014). The Social Media Advertising Beginner's
Guide for Twitter, Facebook and LinkedIn .

[URL:[https://blog.bufferapp.com/social-media-advertising-twitter-
facebook-linkedin](https://blog.bufferapp.com/social-media-advertising-twitter-facebook-linkedin)]



- Deyamport, W.H., III. (2013). An implementation of a twitter-supported personal learning network to individualize teacher professional development (Order No. 3559871). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1355174325).
- ALSC (2013). (The Association for Library Service to Children) Twitter Guideline . Hopewell Valley Regional School District . Facebook, Twitter and Other Social Media Staff Guidelines.[URL:<http://www2.hvrsd.org/Offices/Technology/Documents/Policies/FBTwitterStaff.pdf>]
- Mihalcea, A., & Savulescu, R. (2013). Social networking sites: Guidelines for creating new business opportunities through facebook, twitter and linkedin. Management Dynamics in the Knowledge Economy, 1(1), 39-53.
- Kammerer, Matthew (2014). The Social Media Advertising Beginner's Guide for Twitter, Facebook and LinkedIn . [URL:<https://blog.bufferapp.com/social-media-advertising-twitter-facebook-linkedin>]